

Экспортный гид

Масло ПОДСОЛНЕЧНОЕ



Непал



Экспортный гид

Масло ПОДСОЛНЕЧНОЕ



Непал

Гид создан при участии:



Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта масла подсолнечного в Непал. 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 масла подсолнечного в Непал.

© 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	9
1. Краткий обзор — Непал	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции.....	21
1.3. Демографические тенденции	22
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	25
2. Обзор рынка.....	27
2.1. Объем и динамика рынка	29
2.2. Потребительские предпочтения	41
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	43
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	49
3. Требования и стандарты на продукцию	54
3.1. Требования к производителям	56
3.2. Требования к продукции.....	57
3.3. Требования к упаковке и маркировке	58
4. Особенности и барьеры входа на рынок	59
4.1. Особенности таможенных процедур.....	61
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	64
5. Организация экспортных поставок	66
5.1. Логистика.....	68
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций	77
5.3. Формы присутствия на рынке	80
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	83
6. Продвижение продукции.....	86
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	88
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	90
7. Особые экономические зоны	91
8. Особенности деловой культуры.....	96

9. Преимущества и риски осуществления поставок	103
9.1. Преимущества.....	105
9.2. Риски	106
10. Карта действий экспортера	108
11. Контактная информация	111
11.1. Потенциальные партнеры	113
11.2. Профильные организации.....	114
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	116
Приложение № 1. Нормативно-правовая база.....	123

Резюме

- Федеративная Демократическая Республика Непал — государство в Южной Азии, является самой высокогорной страной мира. Рельеф и природно-климатические условия делают большую часть страны практически непригодной для проживания и хозяйственного освоения.
- Экономика Непала сильно зависит от денежных переводов из-за границы, которые составляют 22,8% ВВП страны, а также от поставок энергоносителей и потребительских товаров. Основным источником валютных поступлений — иностранный туризм: Непал обладает богатой историей и культурой, страна также привлекает большое количество альпинистов (на территории Непала расположен южный склон высочайшей вершины Земли — Эвереста).
- Сельское хозяйство играет значительную роль в экономике Непала, на его долю приходится около 21,1% ВВП, а в структуре занятости доля сектора достигает 62,3%. В то же время сельское хозяйство Непала характеризуется крайне низкой производительностью труда.
- При довольно большой численности населения страна не обладает природными ресурсами, достаточными для обеспечения внутреннего сельскохозяйственного рынка продукцией собственного производства, поэтому в течение 2013–2022 гг. импорт стабильно составлял более 75% товарооборота продукции АПК Непала.
- Национальный состав населения Непала отличается большим разнообразием: в стране проживают представители 141 кастово-этнической группы, между которыми (и внутри которых) выстроены сложные социальные взаимоотношения, обусловленные тысячелетними традициями, а также культурными и религиозными различиями. Строгое деление на касты предопределяет сильное социальное расслоение, при котором спрос на определенные товары сегментирован в зависимости от кастово-этнической группы, к которой принадлежит потребитель.
- Непал обладает неблагоприятными природно-климатическими условиями в дополнение к сложно осваиваемому рельефу для выращивания подсолнечника, поэтому производство в Непале отсутствует. Промышленная переработка семян подсолнечника также отсутствует.
- Отечественные производители сельскохозяйственной продукции, исходя из экономической целесообразности, предпочитают выращивать рис, зернобобовые и другие культуры. Потребление подсолнечного масла в стране полностью формируется за счет импорта сырого подсолнечного масла, с последующей рафинацией внутри страны, а также незначительными закупками рафинированного подсолнечного масла.
- В 2022 г. импорт подсолнечного масла Непала составил 86,1 тыс. тонн на сумму 126,7 млн долл. США, что ниже уровня 2021 г. на 38,2% в натуральном и на 30,1% в стоимостном выражении.

- На протяжении 2013-2022 гг. основным импортируемым видом подсолнечного масла в Непал было сырое масло, на долю которого в 2022 г. пришлось свыше 98% импорта в натуральном выражении и 97% в стоимостном. В 2022 г. Непал импортировал 84,4 тыс. тонн сырого подсолнечного масла на сумму 123,3 млн долл. США.
- Основными поставщиками подсолнечного масла в Непал на протяжении последних лет являются Украина, Аргентина, Россия, Малайзия, Индия. В 2022 г. на долю топ-5 стран приходится 99,6% от общего объема импорта подсолнечного масла Непала.
- Согласно данным UN Comtrade, в 2022 г. импорт подсолнечного масла Непала из России в 2022 г. составил 2,4 тыс. тонн на сумму 3,5 млн долл. США, сократившись по сравнению с 2021 г. на 85,2% в натуральном выражении и на 84,5% в стоимостном выражении. В 2018 г. и 2021 г. объем закупки достигал пиковых значений в 19,0 тыс. тонн (15,8 млн долл. США) и 16,5 тыс. тонн (22,7 млн долл. США) соответственно.
- Практически весь объем импортируемого сырого подсолнечного масла Непала закупается с целью дальнейшей переработки (рафинации), и лишь незначительная часть идет на экспорт. В 2022 г. потребление сырого подсолнечного масла составило 84,4 тыс. тонн. В 2022 г. объем потребления сырого подсолнечного масла сократился по отношению к 2021 г. на 38,2%, что связано с сокращением закупок масла у главных поставщиков — Украины (-36,4%, 43,1 тыс. тонн) и России (-85,4%, 14,1 тыс. тонн).
- В 2022 г. потребление рафинированного подсолнечного масла достигло 70,2 тыс. тонн, а среднедушевое потребление — 2,3 кг на человека в год. Подсолнечное масло популярно во всех возрастных группах за счет универсальности и умеренных цен по сравнению с горчичным, пальмовым и оливковым маслом. Подсолнечное масло стало одним из наиболее популярных кулинарных масел в домохозяйствах и секторе общественного питания, в том числе благодаря полезным для здоровья свойствам.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

CIF	Cost, Insurance and Freight — стоимость, страхование и фрахт — международный коммерческий торговый термин
FOSFA	Federation of Oils, Seeds & Fats Associations — Федерация ассоциаций торговли масличными культурами, семенами и жирами
FSQD	Food Safety and Quality Division — Отдел безопасности и качества пищевых продуктов
GAIN	Global Agricultural Information Network – Глобальная сельскохозяйственная информационная сеть
HoReCa	Hotels/Restaurants/Catering — сегмент сферы услуг (общественного питания и гостиничного хозяйства) и канал сбыта с потреблением продукции непосредственно в месте покупки
HS	Harmonized System (сокр. от Harmonized Commodity Description and Coding System) — Гармонизированная система описания и кодирования товаров (стандартизированная система классификации товаров в международной торговле с присвоением каждой номенклатурной категории цифровых кодов); в России на ее основе разработана Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД)
Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра
SAARC	South Asian Association for Regional Cooperation — Ассоциация регионального сотрудничества Южной Азии
OECD	Organisation for Economic Cooperation and Development — Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР)
UN Comtrade	United Nations Commodity Trade Statistics Database — База данных ООН по статистике торговли товарами
WGI	World Governance Indicators — индикаторы качества государственного управления в мире — показатели, вычисляемые Всемирным банком по собственной методике

Русскоязычные сокращения

АПК	Агропромышленный комплекс
ВВП	Валовой внутренний продукт (Gross domestic product — GDP)
ВТО	Всемирная торговая организация (World Trade Organization — WTO)
ВЭД	Внешнеэкономическая деятельность
МВФ	Международный валютный фонд
НИОКР	Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
РНБ	Режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	Региональные органы управления агропромышленным комплексом
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ФАО	Продовольственная и сельскохозяйственная организация ООН (ФАО) — Food and Agriculture Organization (FAO)
ФГБУ	Федеральное государственное бюджетное учреждение
ФНС России	Федеральная налоговая служба Российской Федерации
ФТС России	Федеральная таможенная служба Российской Федерации
ЦБ РФ	Центральный банк Российской Федерации

Введение



Федеративная Демократическая Республика Непал (далее — Непал) — государство в Южной Азии, расположенное в Гималаях и граничащее с Индией на юге и Китаем на севере. Является самой высокогорной страной мира, а также родиной Будды. Официальный язык — непальский, на нем говорит около половины населения, также распространен хинди, широко используется английский язык и языки многочисленных народов, населяющих страну. Экономика Непала сильно зависит от денежных переводов из-за границы, которые, по данным Всемирного банка, составляют 22,8% ВВП страны. Сельское хозяйство, обеспечивающее занятость более половины населения, является одной из приоритетных отраслей национальной экономики.

Общие сведения (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 40,8 млрд долл. США

Темпы роста ВВП: 5,6%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 4 786,9 долл. США

Уровень инфляции: 6,3%

Приток ПИИ: 65,5 млрд долл. США

Население: 30,2 млн человек

Площадь страны: 147,2 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель (2021 г.): 41,2 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Катманду (1,4 млн),
Покхара (0,2 млн)

Уровень урбанизации: 21,5%

Уровень безработицы: 11,1%

Структура ВВП: сельское хозяйство (21,1%), промышленность (12,0%),
сфера услуг (52,3%)

Структура занятости (2021 г.): сельское хозяйство (62,3%),
промышленность (16,1%), сфера услуг (21,6%)

Объем экспорта АПК: 0,7 млрд долл. США

Основные товары экспорта АПК: масло соевое, масло пальмовое, соки
фруктовые и овощные, кардамон, чай

Объем импорта: 2,5 млрд долл. США

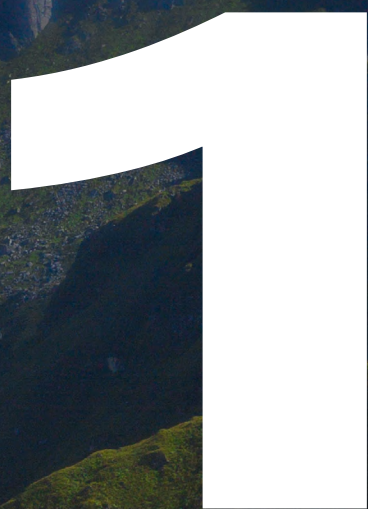
Основные товары импорта АПК: масло соевое, рис, масло пальмовое,
кукуруза, масло подсолнечное

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

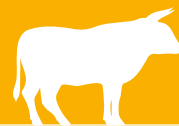
Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Непал

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

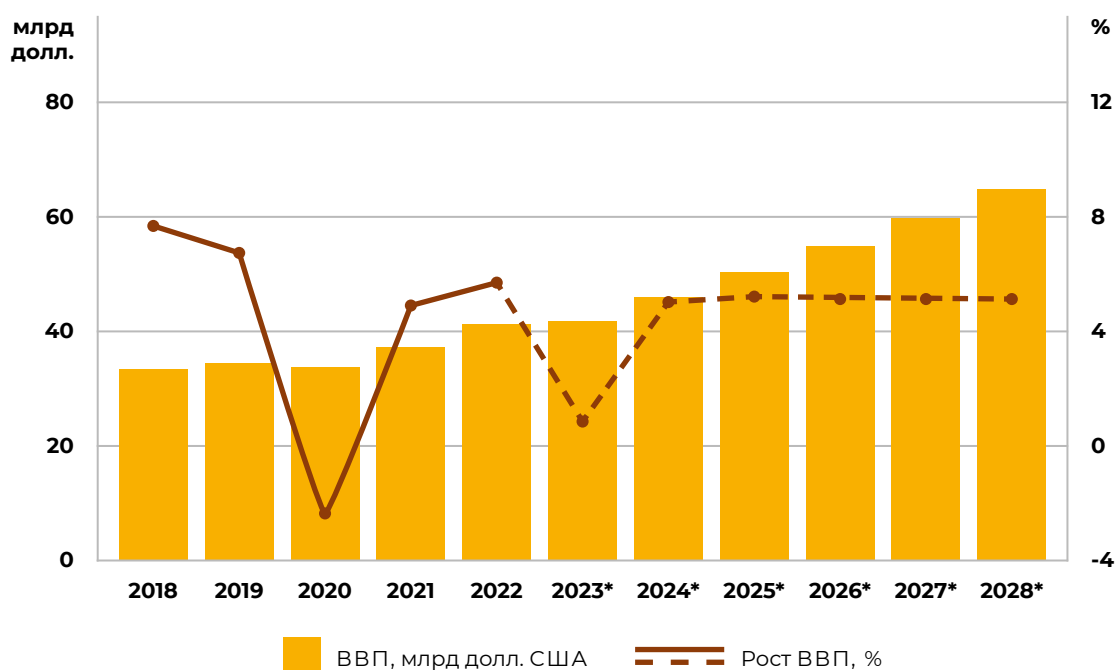
Согласно классификации ООН, Непал входит в число наименее развитых экономик мира. Рельеф и природно-климатические условия делают большую часть страны практически непригодной для проживания и хозяйственного освоения. На территории Непала отсутствуют месторождения полезных ископаемых и источники прочего ценного сырья. Республика не имеет выхода к морю и расположена вдали от основных международных транспортных маршрутов. Более половины населения занято в низкопроизводительном сельском хозяйстве, при этом доля сектора составляет менее четверти структуры ВВП. Экономика в значительной степени зависит от денежных переводов из-за рубежа, а также от поставок энергоносителей и потребительских товаров. Основным источником валютных поступлений — иностранный туризм: Непал обладает богатой историей и культурой, страна также привлекает большое количество альпинистов (на территории Непала расположен южный склон высочайшей вершины Земли — Эвереста).

По причине столь серьезной зависимости от денежных переводов и туризма экономика Непала сильно пострадала в период пандемии COVID-19. В 2020 г. реальный ВВП страны уменьшился на 2,4%, и восстановительный рост в 2021 г. составил 4,8%, что существенно ниже докризисных значений, поскольку из-за второй волны пандемии в стране были введены жесткие карантинные ограничения, которые привели к сокращению внутреннего спроса и уменьшению туристического потока. Кроме того, снизились доходы непальских мигрантов за рубежом. Восстановление докризисных темпов роста осложняется регулярными стихийными бедствиями: страна находится в одном из наиболее сейсмически активных регионов мира.

По данным МВФ, в 2022 г. темп роста ВВП Непала составил 5,6%. На фоне усиления инфляционного давления, ужесточения денежно-кредитной политики и с учетом риска дальнейшего ограничения импорта ожидается снижение показателей роста ВВП Непала до 0,8% в 2023 г. Вместе с этим, восстановление сферы туризма и решение инфраструктурных проблем помогут стимулировать рост экономики в среднесрочной перспективе при условии сохранения значительных объемов денежных переводов из-за границы¹. Согласно прогнозам МВФ, в 2024-2025 гг. рост ВВП Непала составит 5,0-5,2%, вернувшись к динамике послепандемному периоду 2021-2022 гг., и затем стабилизируется на уровне 5,1% в год до конца прогнозного периода.

¹ Согласно МВФ, в течение 2023 г. внешняя позиция Непала постепенно укреплялась благодаря разумной налогово-бюджетной и денежно-кредитной политике, активным денежным переводам и восстановлению туризма после пандемии Covid-19, несмотря на скачки региональных цен на продукты питания. Однако на внутреннем фронте, согласно оценкам, в 2022/23 финансовом году рост замедлился, что отражает введенные в 2022 г. временные ограничения на импорт из-за истощения валютных резервов, а также законодательная неопределенность в отношении рынков земли и лицензирования строительства, снижение кредитных потоков и ослабление внутреннего спроса в контексте массовой эмиграции после COVID-19. Последовавший за этим дефицит доходов привел к росту бюджетного дефицита в 2022/23 финансовом году, но до уровня, который по-прежнему соответствует устойчивому уровню государственного долга, что отражает бюджетную дисциплину.

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



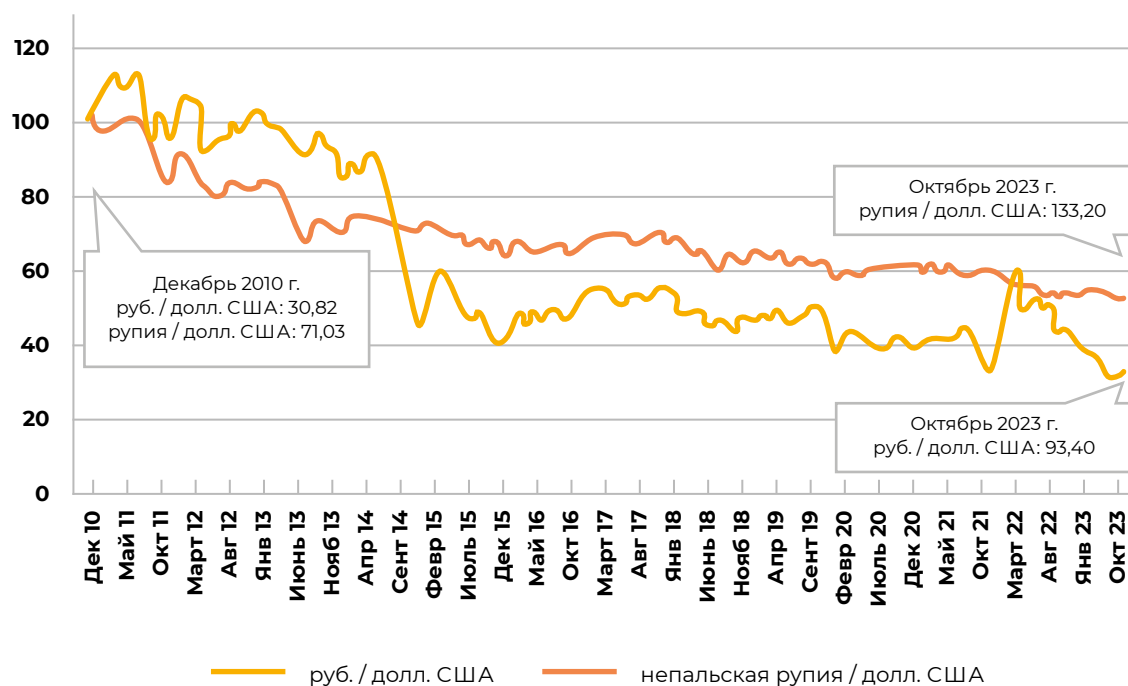
Источник: МВФ (World Economic Outlook)

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 20.10.2023 г.

Национальной валютой страны является непальская рупия, имеющая международное обозначение NPR. По причине отсутствия спроса на непальскую валюту в мире (страна не является активным игроком на международных рынках), а также полной зависимости Непала от импорта из Индии и через территорию Индии, поэтому непальская рупия исторически официально привязана к индийской рупии. С 1994 г. фиксированный курс составляет 1,6 непальской рупии за 1 индийскую рупию. Соответственно, динамика курса национальной валюты Непала идентична динамике валюты Индии: рупия постепенно дешевеет и к октябрю 2023 г. обесценилась на 87,5% относительно курса доллара США на декабрь 2010 г.

Из-за ограниченного размера экономики и малого объема прямых иностранных инвестиций (65,5 млн долл. США в 2022 г.) Непал входит в число стран, не имеющих кредитного рейтинга. В 2019 г. правительство страны планировало разместить заказ на получение суверенного рейтинга в международных агентствах, однако из-за отсутствия финансирования и начавшейся затем пандемии COVID-19 данный процесс был отложен на неопределенный срок. По этой причине по состоянию на 2023 г. ключевые рейтинговые агентства (Moody's Investors Service, Standard & Poor's и Fitch) не проводили оценку платежеспособности непальского правительства и финансового сектора страны в целом.

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



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

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

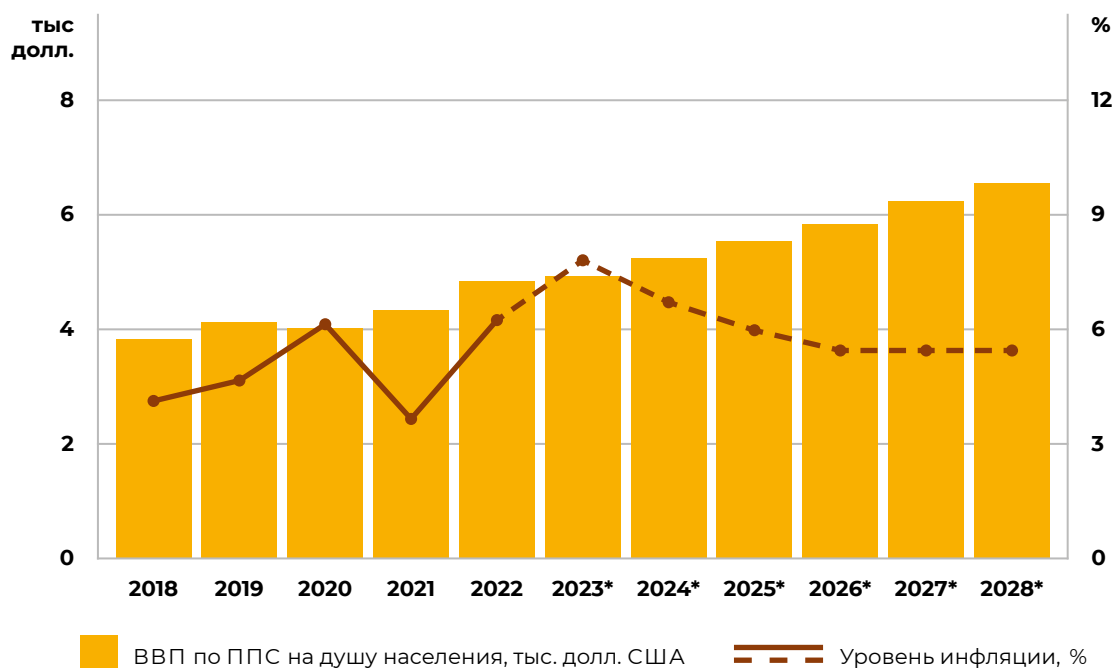
ВВП по ППС на душу населения Непала в 2022 г. составил 4 786,9 долл. США и к 2028 г., по прогнозам МВФ, достигнет 6 522,5 долл. США, демонстрируя в течение 2022–2028 гг. среднегодовые темпы роста в 5,3%.

Уровень инфляции в стране в 2017–2019 гг., по данным МВФ, оставался стабильным и составлял в среднем 4,4% ежегодно. В 2020 г. на фоне пандемии COVID-19 цены выросли на 6,1%, однако уже в следующем году в условиях макроэкономической стабилизации инфляция сократилась до рекордно низких за последние 20 лет 3,6%. При этом центральный банк страны на протяжении всего 2021 г. не повышал процентную ставку, сохраняя ее на уровне 5,0% в целях стимулирования восстановления экономической активности. В 2022 г. рост мировых цен на продовольствие и усугубляющиеся проблемы с глобальной цепочкой поставок привели к усилению инфляционного давления: по данным МВФ, в 2022 г. среднегодовой уровень инфляции в Непале составил 6,3%, что является наибольшим значением с 2016 г. По оценке Oxford Economics, в 2022 г. инфляция в стране составила 7,5%. Другим фактором, повлиявшим на повышение цен на продовольствие в Непале, явилось решение правительства Индии запретить вывоз из страны пшеницы с мая 2022 г. и риса с июля 2022 г.

В июле 2022 г. центральный банк Непала поднял процентную ставку на 150 базисных пунктов и установил ее на уровне 8,5%, наивысшем в современной истории страны. В мае 2023 г. на фоне постепенной стабилизации процентная ставка была снижена до 7,5%, в связи с чем международные эксперты прогно-

зируют дальнейший рост инфляционного давления в среднесрочной перспективе. Согласно прогнозу МВФ, в 2023 г. инфляция достигнет 7,8% и затем начнет снижаться в течение прогнозного периода до 5,4% в 2028 г.

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 20.10.2023 г.

По мнению экспертов МВФ, несмотря на низкий уровень доходов на душу населения, в последние два десятилетия Непал демонстрирует более заметные успехи в борьбе с бедностью и чуть более высокий уровень продовольственной безопасности, чем многие страны из числа наименее развитых, что, в первую очередь, обусловлено значительными объемами денежных переводов из-за рубежа (Непал стабильно входит в топ-10 стран по объему денежных переводов относительно ВВП). Однако климатические изменения, стихийные бедствия и глобальная нестабильность в последние годы крайне негативно влияют на качество жизни в Непале.

Специалисты выделяют три основные отрицательные тенденции в экономике страны. Во-первых, низкая производительность сельского хозяйства и удаленность многих населенных пунктов от районов производства продуктов питания обуславливают серьезные региональные диспропорции в обеспечении населения продуктами питания. Постоянная угроза нехватки продовольствия в настоящее время затрагивает более трети населения, в основном — в отдаленных северо-западных регионах страны. Во-вторых, природно-климатические катаклизмы в Непале и глобальное изменение климата подрывают экономический рост и продовольственную безопасность, в основном затрагивая занятых

в сельском хозяйстве и наиболее уязвимые слои населения. По оценкам Программы ООН по окружающей среде (UNEP), последствия наводнений могут снижать ВВП Непала на 2,7% ежегодно, а по оценке Всемирного банка, в случае еще более серьезного изменения климата, ВВП страны к 2050 г. снизится на 7%. В-третьих, снижение заработной платы в нефтедобывающих странах, являющихся основными направлениями миграции непальцев, ведет к сокращению объемов денежных переводов и снижению благосостояния населения в целом. Рынок труда в этих странах может быть нестабильным и подверженным изменениям трудового законодательства и иммиграционной политики, а также последствиям снижения спроса на углеводороды.

Внешняя торговля продукцией АПК

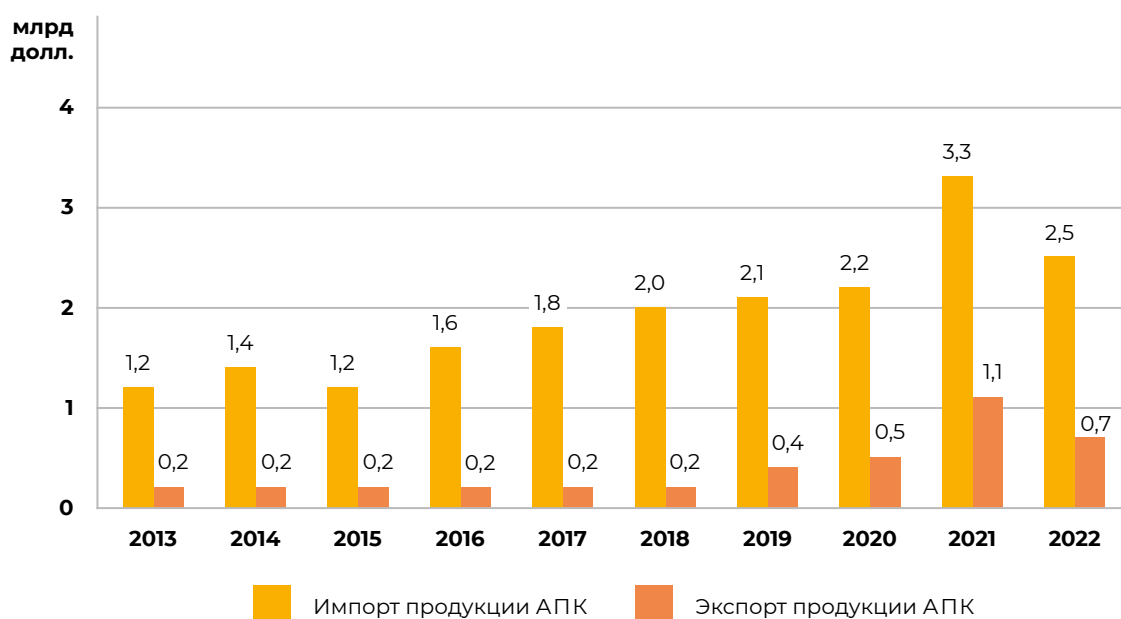
Доля сельскохозяйственного сектора в структуре ВВП Непала составляет около 21,1%, в структуре занятости — 62,3%. Практически трехкратное превышение доли занятых в сельском хозяйстве над его долей в экономике страны свидетельствует о крайне низкой производительности труда в непальском АПК. При довольно большой численности населения страна не обладает природными ресурсами, достаточными для обеспечения даже половины внутреннего сельскохозяйственного рынка продукцией собственного производства. В 2013–2022 гг. импорт стабильно составлял более 75% товарооборота продукции АПК Непала. В 2022 г. Непал импортировал на 1,8 млрд долл. США больше сельскохозяйственной продукции, чем экспортировал. Закупки Непалом сельскохозяйственных товаров в 2013–2022 гг. увеличивались в среднем на 8,6% ежегодно и в 2022 г. достигли 2,5 млрд долл. США, что в 2,1 раза выше уровня 2013 г., однако на 25,4% ниже уровня 2021 г. Экспортные поставки в стоимостном выражении за аналогичный период демонстрировали более скромный рост до 658,1 млн долл. США, что также на 41,7% ниже показателя предыдущего года.

В 2022 г. наибольшая доля экспорта Непала в стоимостном выражении пришлась на масло соевое, составившее 28,4% общего объема поставок и масло пальмовое, составляющее 28,3% (поставки масел осуществлялись исключительно в Индию). В топ-5 экспортируемой продукции АПК в 2022 г. также вошли соки фруктовые и овощные (7,4%), кардамон (7,1%), чай (4,9%).

В стоимостной структуре импорта продукции АПК Непала в 2022 г. наибольшую долю также занимало масло соевое, на которое пришлось 14,0% всего объема импорта. В топ-5 импортируемых позиций вошли также рис, составивший 12,6% объема импорта в стоимостном выражении, масло пальмовое, составляющее 9,9%, кукуруза (5,4%), масло подсолнечное (5,1%). Основным поставщиком соевого масла выступили Аргентина и Бразилия, пальмового — Индонезия и Малайзия. При этом Непал импортирует нерафинированное соевое и пальмовое масло, а экспортирует рафинированное. Совокупно на топ-10 товарных категорий пришлось 64,1% стоимостного импорта продукции АПК Непала.

Уменьшение объемов импорта относительно предыдущего года обусловлено сокращением закупок практически всех основных товарных позиций, кроме соевых бобов и пищевых продуктов прочих. Наиболее заметно снизился объем импорта соевого масла — на 42,8% или на 260,6 млн долл. США, риса — на 30,7% или 138,7 млн долл. США, а также семян рапса на 49,6% или 61,8 млн долл. США. Сокращение закупок вызвано ростом мировых цен на продовольствие, запретом на экспорт ряда товаров из Индии и мерами правительства по ограничению импорта в самом Непале.

Рис. 4. Внешняя торговля продукцией АПК Непала, 2013–2022 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Масло соевое	186,9	28,4
Масло пальмовое	186,0	28,3
Соки фруктовые и овощные	48,5	7,4
Кардамон	46,6	7,1
Чай	32,5	4,9
Корм для собак и кошек	24,1	3,7

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Прочие материалы растительного происхождения	19,5	3,0
Масло подсолнечное	19,0	2,9
Жмых и шрот из семян рапса	18,5	2,8
Макаронные изделия	14,8	2,3
Прочие продукты	61,6	9,4
Итого	658,1	100

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Масло соевое	348,3	14,0
Рис	312,8	12,6
Масло пальмовое	245,7	9,9
Кукуруза	134,5	5,4
Масло подсолнечное	126,7	5,1
Жмых и шрот соевые	122,1	4,9
Соевые бобы	96,6	3,9
Пищевые продукты прочие	84,8	3,4
Семена рапса	62,8	2,5
Картофель	62,0	2,5
Прочие продукты	893,6	35,9
Итого	2 490,0	100

Источник: ITC Trade Map, UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

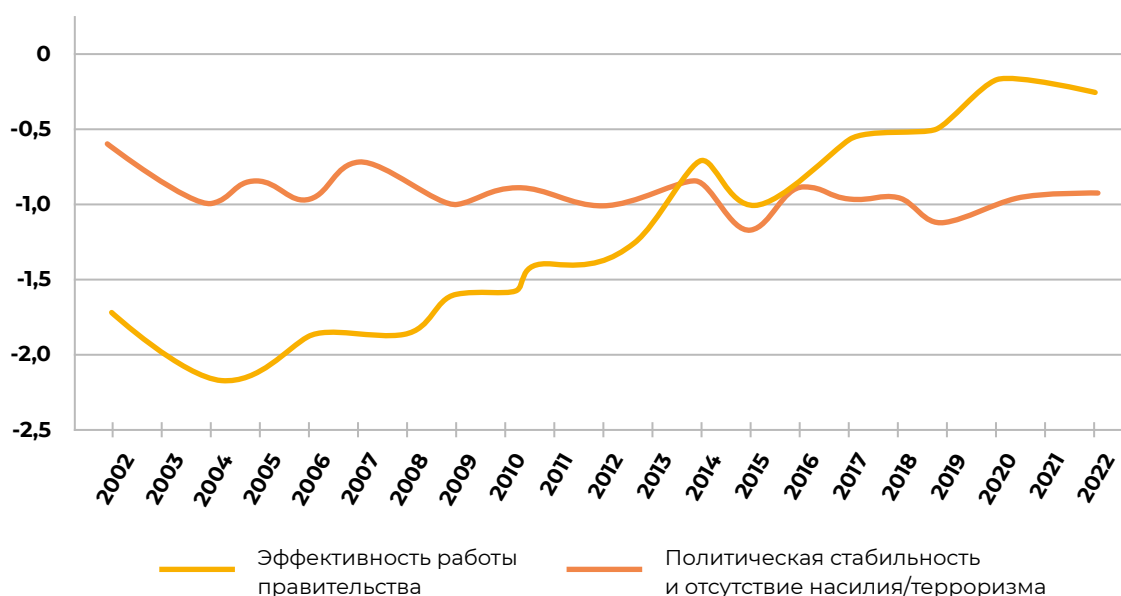
1.2. Политические тенденции

Непал является парламентской республикой с федеративной формой государственного устройства. В соответствии с принятой на референдуме 20 сентября 2015 г. конституцией страны главой государства является избираемый федеральными и региональными парламентами президент. В соответствии с законодательством страны, президент обладает полномочиями исключительно церемониального характера, реальная власть сосредоточена в руках парламента. Лидера парламентского большинства президент назначает премьер-министром, который, в свою очередь, является главой правительства и формирует Совет министров, осуществляющий исполнительную власть.

Высший орган законодательной власти — двухпалатный Федеральный парламент, состоящий из нижней Палаты представителей и верхней Национальной ассамблеи. Палата представителей состоит из 275 депутатов, избираемых по смешанной избирательной системе сроком на пять лет. Члены национальной ассамблеи, состоящей из 59 членов, избираются провинциальными коллегиями выборщиков, треть избирается каждые два года на шестилетний срок.

Судебная власть является независимой, включает Верховный суд, семь провинциальных судов и 77 окружных судов (по одному в каждом округе). Муниципальные советы обладают полномочиями созывать местные судебные органы для разрешения споров и вынесения вердиктов рекомендательного характера по делам, не связанным с уголовно наказуемыми деяниями. Решения местных судебных органов могут быть отменены окружными судами.

Рис.5. Основные показатели качества государственного управления в Непале



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

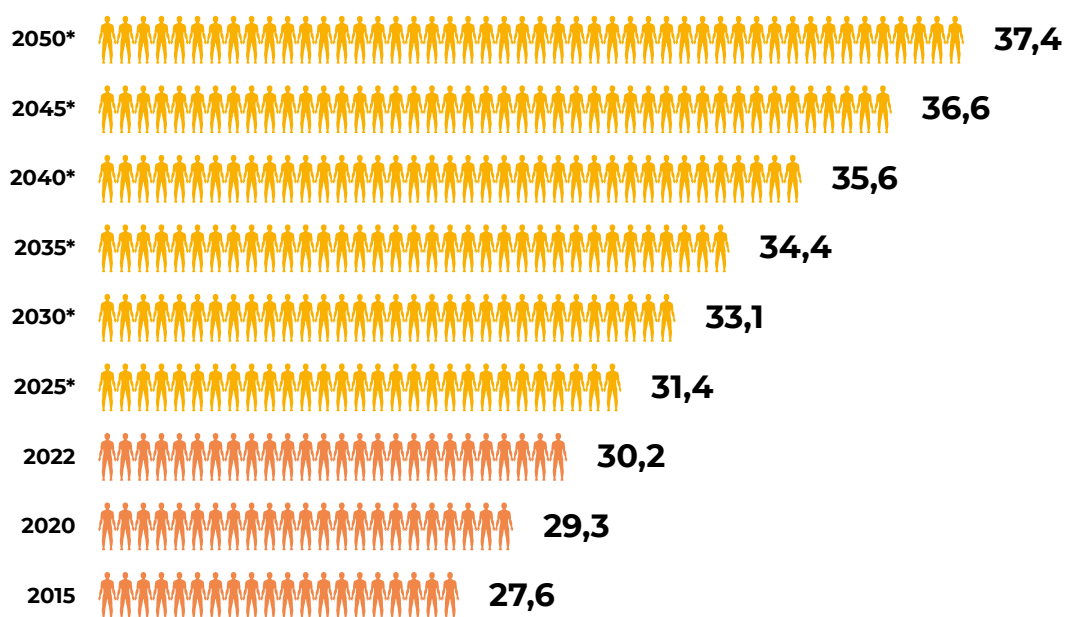
Показатели политической стабильности и отсутствия насилия/терроризма в Непале традиционно демонстрируют исключительно отрицательные значения по причине крайне низкого уровня жизни полиэтнического и многоконфессионального населения, рисков природных катаклизмов, а также географического положения между Индией и Китаем, имеющими территориальные противоречия вблизи Непала. За последнее десятилетие наибольшее падение значения индикаторов наблюдалось в 2015 г., что обусловлено, в первую очередь, социально-экономическими проблемами, возникшими после произошедших весной того же года крупных землетрясений. Ситуацию дополнительно усложнила экономическая блокада Непала со стороны Индии вследствие принятия новой непальской конституции и активизации сотрудничества Непала с Китаем, а также акций протеста и роста недовольства населения на фоне начавшегося экономического и гуманитарного кризиса. По данным Transparency International, в 2022 г. по индексу восприятия коррупции Непал занял 110 место из 180, что выше уровня 2017 г. (122 место из 180) и свидетельствует об определенном прогрессе в повышении качества государственного управления. Исследовательская организация Freedom House по состоянию на 2022 г. оценивает Непал как частично свободную страну, уступающую по уровню демократии соседним Индии и Бутану, однако значительно опережающую Бангладеш и Пакистан.

1.3. Демографические тенденции

По состоянию на 2022 г. численность населения Непала составляет 30,2 млн человек. Среднегодовые темпы роста населения страны в 2015–2022 гг. составили 1,3%. Ожидается, что в 2023–2050 гг. средние темпы роста снизятся до 0,1% в год. Согласно прогнозам ООН, численность населения Непала в 2050 г. составит 37,4 млн человек. Процесс урбанизации протекает средними темпами: доля городского населения Непала составляет 21,5% и последние 20 лет растет в среднем на 2,1% ежегодно. Переход непальцев к городскому образу жизни затруднен природно-географическими условиями, так как большая часть страны покрыта труднопроходимыми горными массивами. Наиболее плотно заселены южная равнинная часть страны (на 20% территории сконцентрировано около половины населения) и межгорные долины, особенно долина Катманду, где плотность населения составляет свыше 1 000 чел/км². Наибольшая плотность населения отмечается в растущих городских агломерациях Катманду, Покхара, Лалитпур, Бхаратпур и Биратнагар.

Национальный состав населения Непала отличается большим разнообразием. По данным переписи 2021 г. в стране проживают представители 141 кастово-этнической группы, между которыми (и внутри которых) выстроены сложные социальные взаимоотношения, обусловленные тысячелетними традициями, а также культурными и религиозными различиями. К наиболее многочисленным группам относятся чхетри (кшетри), бахуны и магары. Около 81,2% населения исповедует индуизм, также распространены буддизм, ислам и различные местные верования.

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



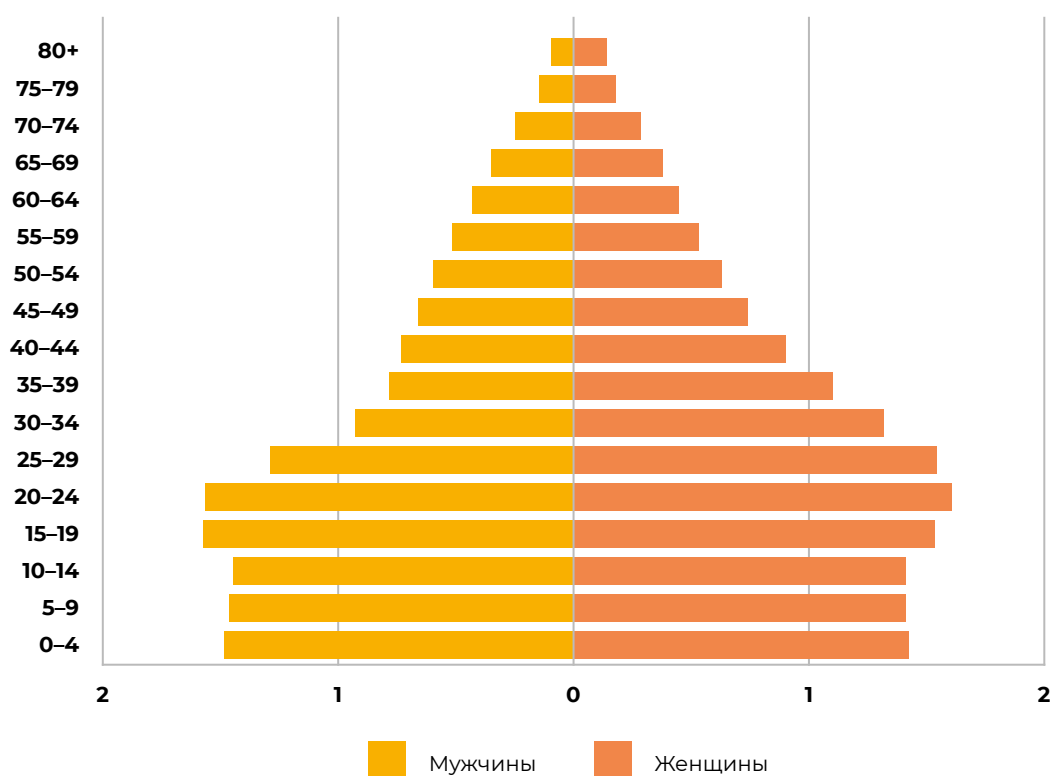
Источник: МВФ, ООН

Примечание. *прогноз.

В Непале заметно преобладает молодое население до 25 лет, доля которого в 2022 г. составила 49,9%, что свидетельствует о высоких уровнях рождаемости наряду с короткой ожидаемой продолжительностью жизни (лишь 6,1% населения страны старше 65 лет). В республике сохраняется характерная для наименее развитых стран проблема низкого уровня здравоохранения и образования. В возрастных группах от 25 до 44 лет численность женского населения значительно (на 1,1 млн человек) превосходит численность мужского, поскольку существенная часть граждан Непала трудоспособного возраста (преимущественно мужского пола) в поисках работы переезжает в Индию, страны Персидского залива, Малайзию и другие государства.



Рис. 7. Население Непала по полу и возрасту, 2022 г., млн человек



Источник: ООН

Трудоспособное население в 2022 г. составило примерно 65,0% от общей численности населения. Коэффициент демографической нагрузки (отношение численности нетрудоспособного населения к трудоспособному) в Непале составил 53,8%, что является одним из самых высоких значений среди стран Южной Азии (выше только в Пакистане), однако в последнее десятилетие данный показатель демонстрирует снижение в среднем на 2,2% ежегодно. Данная тенденция может свидетельствовать о потенциале для улучшения социально-экономической и демографической ситуации в перспективе. По состоянию на 2022 г. Всемирный банк оценивает уровень безработицы в Непале в 11,1%.



1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Основные факторы, влияющие на продовольственный рынок Непала:

- непредсказуемые налогово-бюджетная и кредитно-денежная политики правительства страны, обусловленные частыми экономическими и политическими кризисами, осложняют прогнозирование трендов на потребительском рынке;
- замедляющиеся темпы роста населения ограничивают размеры потребительской базы и емкости рынка в долгосрочной перспективе;
- отсутствие эффективной системы мониторинга рынка продуктов питания и слабость местной экономической статистики затрудняют как оперативную оценку текущих потребностей населения, так и прогноз развития рынка в дальнейшем;
- большая часть домохозяйств сильно зависит от денежных переводов из-за границы (в основном из нефтедобывающих государств), в связи с чем возможное замедление экономического роста в странах, являющихся основными направлениями трудовой миграции непальцев, оказывает негативное влияние на доходы населения и ограничивает потребительский спрос товарами первой необходимости;
- в условиях поступления большинства продуктов питания из-за рубежа, импортные продукты питания и напитки, в том числе известных брендов, привычны для потребителей, среди которых преобладает молодежь;
- экономика и потребительский рынок страны чувствительны к изменению глобальной и региональной рыночной конъюнктуры, т.к. от нее зависят: доходы мигрантов и объемы денежных переводов; курс индийской рупии и стоимость импорта в Непал; численность зарубежных туристов и приток иностранной валюты;
- постепенное увеличение доли современных магазинов и электронной торговли в структуре розничных продаж при сохранении лидирующей роли традиционных каналов сбыта, прежде всего — открытых рынков;
- труднопроходимый горный рельеф, покрывающий большую часть страны, и высокая сейсмическая активность серьезно ограничивают развитие транспортно-логистической инфраструктуры страны;
- планомерная реализация рекреационного потенциала за счет горного туризма и паломничества стимулирует активное развитие гостинично-ресторанного сектора, формирующего спрос на импортную продукцию;

- полноценная реализация межправительственных соглашений о торговом и инвестиционном сотрудничестве с Индией, Китаем и другими странами, затруднена по причинам внутриполитической неопределенности и сложного делового климата;
- по мере распространения интернета цифровизация затрагивает пищевую промышленность, торговлю и сферу услуг в целом (в том числе доставку продуктов питания на дом), в то время как жители Непала активнее знакомятся с международными потребительскими трендами через рекламу и социальные сети.
- строгое деление на касты предопределяет сильное социальное расслоение, при котором спрос на определенные товары сегментирован в зависимости от кастово-этнической группы, к которой принадлежит потребитель. Так, представители высших каст (например, брахманы) и народов, ведущих преимущественно городской образ жизни (например, невары), формируют основную часть спроса на товары премиум-сегмента.
- сохраняющийся традиционный характер общества обуславливает заметную роль религии (прежде всего — дхармических религий) в жизни непальцев, предпочтения которых формируются под сильным влиянием религиозных норм, традиций и запретов.



Обзор рынка





Содержание

2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

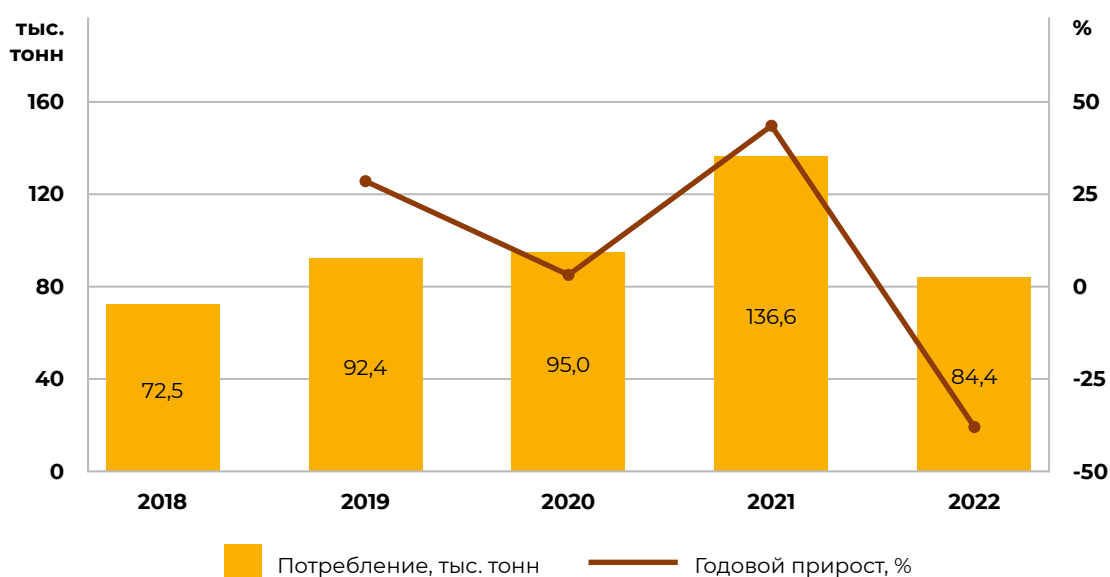
В Непале не выращиваются семена подсолнечника. Промышленная переработка семян подсолнечника отсутствует, а совокупный объем импорта семян подсолнечника за период 2018-2022 гг. составил всего 85,5 тонн.

Потребление

Сырое подсолнечное масло

Внутреннее производство подсолнечника и сырого подсолнечного масла в Непале практически отсутствует, либо настолько незначительно, что не отражается в статистике. Кроме того, для фермеров гораздо выгоднее выращивать другие культуры, преимущественно рис и зернобобовые. Практически весь объем импортируемого сырого подсолнечного масла Непала закупается с целью дальнейшей переработки (рафинации), и незначительная часть идет на экспорт. Потребление сырого подсолнечного масла в 2022 г. в Непале достигло 84,4 тыс. тонн. Несмотря на то, что в течение 2018-2022 гг. среднегодовой темп роста составил 3,9%, объем потребления сырого подсолнечного масла в 2022 г. сократился по отношению к 2021 г. на 38,2%, что связано с сокращением закупок масла у главных поставщиков (доля в 2021 г. — 98,5% в структуре импорта Непала) — Украины (-36,4%, 43,1 тыс. тонн) и России (-85,4%, 14,1 тыс. тонн). Ожидается, что зависимость от импорта в среднесрочной перспективе сохранится, а возвращение к положительной динамике потребления подсолнечного масла Непала будет зависеть как от главных поставщиков, так и увеличения внутреннего спроса на фоне роста численности населения и спроса со стороны Индии.

Рис. 8. Потребление сырого подсолнечного масла в Непале, 2018–2022 гг., тыс. тонн

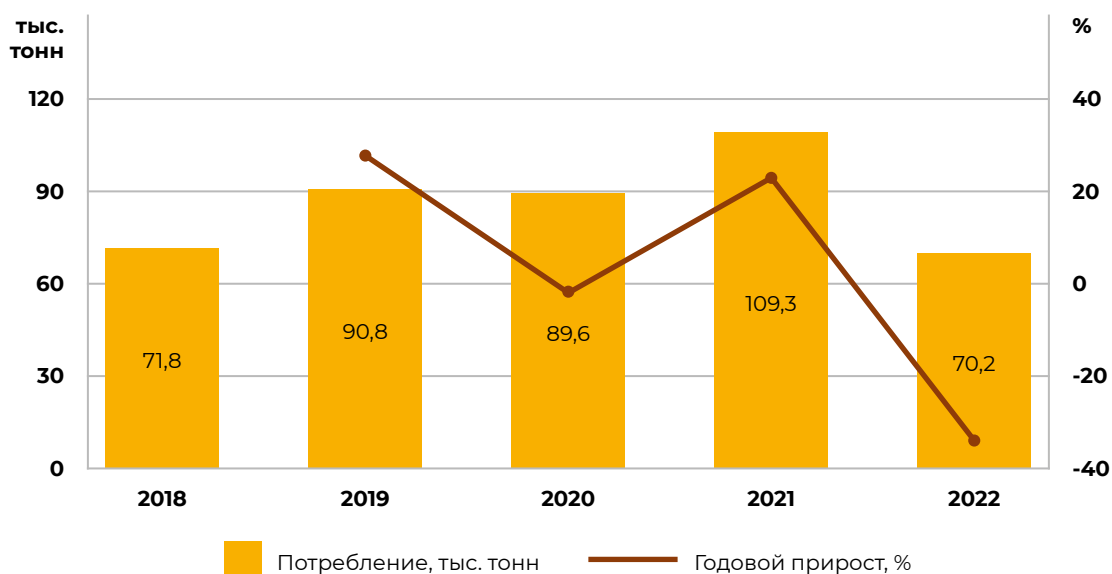


Источник: UN Comtrade, EMIS

Рафинированное подсолнечное масло

Потребление рафинированного подсолнечного масла в 2022 г. достигло 70,2 тыс. тонн, сохраняя тенденцию потребления сырого подсолнечного масла. Развитие потребления подсолнечного масла домохозяйствами и сектором общественного питания обеспечивает рост спроса. Подсолнечное масло популярно во всех возрастных группах за счет универсальности и умеренных цен по сравнению с горчичным, пальмовым и оливковым маслом. Подсолнечное масло стало одним из наиболее популярных кулинарных масел в домохозяйствах и секторе общественного питания, в том числе благодаря полезным для здоровья свойствам. Поскольку рынок зависит от импорта подсолнечного масла (преимущественно сырого из Украины и России, а также небольшая часть рафинированного из Малайзии и Турции), то колебания мировых цен оказывают прямое влияние на оптовые и розничные цены, что регулирует объем спроса, так как для внутреннего рынка Непала главный критерий выбора является цена и доступность.

Рис. 9. Потребление рафинированного подсолнечного масла* в Непале, 2018–2022 гг., тыс. тонн

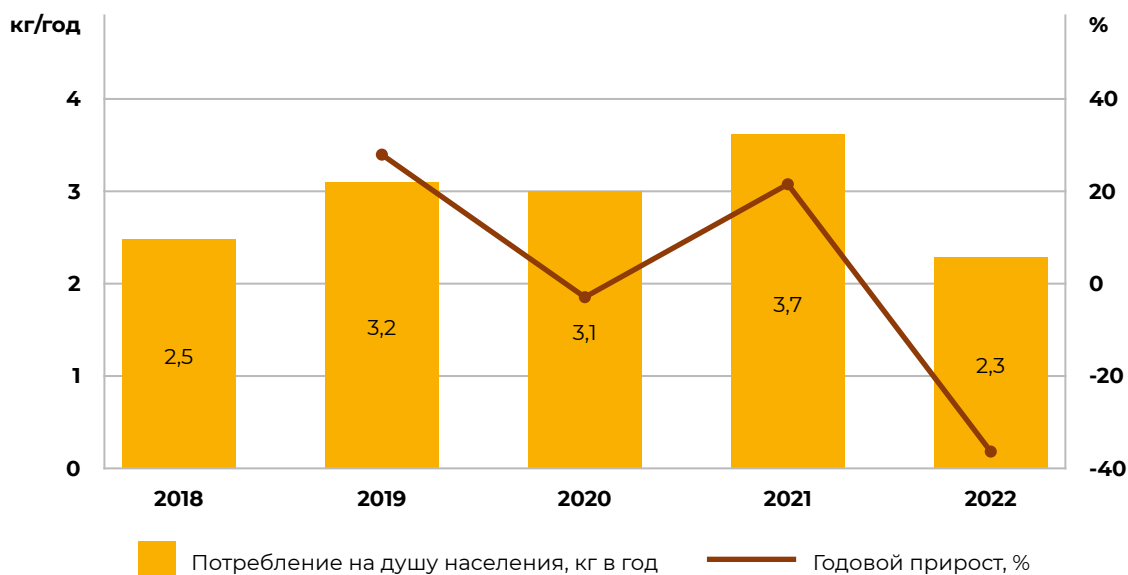


Источник: UN Comtrade, EMIS

Примечание: *оценка учитывает выход при рафинации 95%, а также импортируемое рафинированное подсолнечное масло и экспорт переработанного подсолнечного масла в Индию.

Среднедушевое потребление подсолнечного масла в Непале в 2022 составило 2,3 кг на человека в год. В течение рассматриваемого периода показатель достиг максимального значения в сельскохозяйственный 2021 г. 3,7 кг на человека, а минимального уровня среднедушевое потребление было в 2022 г. — 2,3 кг на человека. Согласно ожиданиям, в среднесрочной перспективе увеличение потребления подсолнечного масла будет зависеть от доступности данного вида масла на рынке и колебания розничных цен, а также возобновление прежних объемов торговых потоков из главных торговых партнеров Непала, наряду с увеличением спроса со стороны сектора промышленной переработки.

Рис.10. Потребление рафинированного подсолнечного масла на душу населения в Непале, 2018–2022 гг.



Источник: UN Comtrade, EMIS, МВФ, ООН

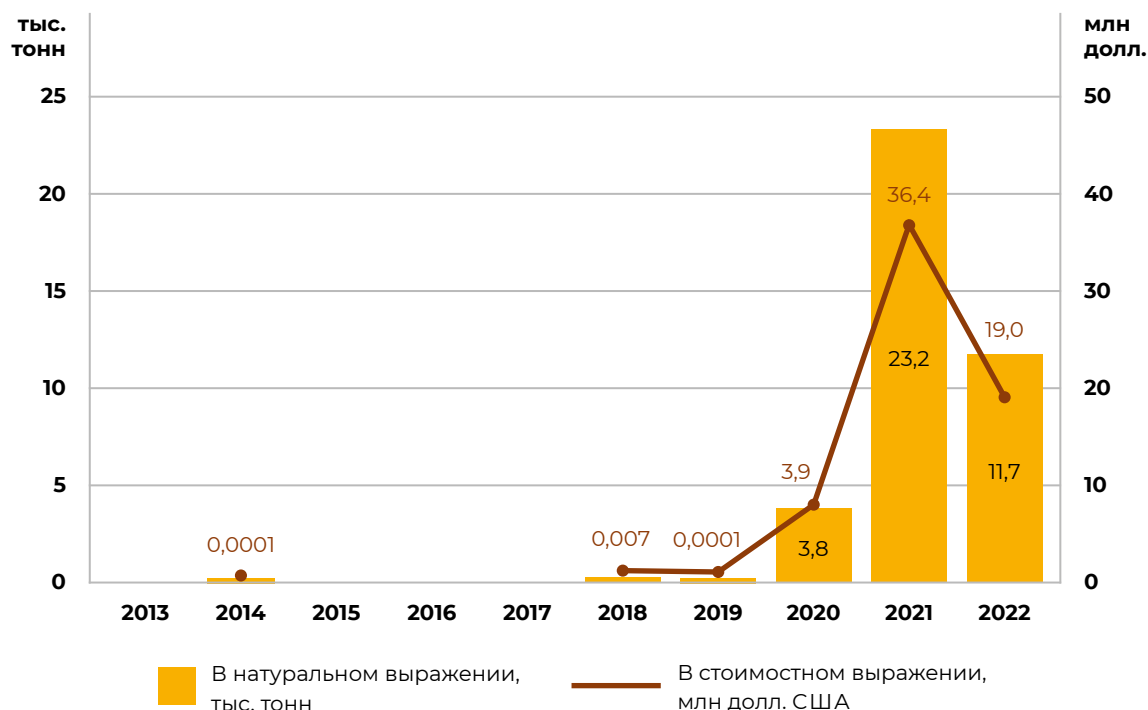
Экспорт и Импорт

Экспорт

В течение 2013-2022 гг. объем экспорта подсолнечного масла Непала имел неопределенную динамику и был непостоянен. В 2022 г. объем экспорта подсолнечного масла Непала составил 11,7 тыс. тонн на сумму 19,0 млн долл. США. На протяжении всего рассматриваемого периода единственным торговым партнером Непала была Индия, которая преимущественно (более 99,6%) закупала рафинированное подсолнечное масло (код ТН ВЭД — 1512 19), сырье для рафинации которого импортировалось компаниями Непала из других стран.



Рис. 11. Экспорт подсолнечного масла Непала в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: UN Comtrade

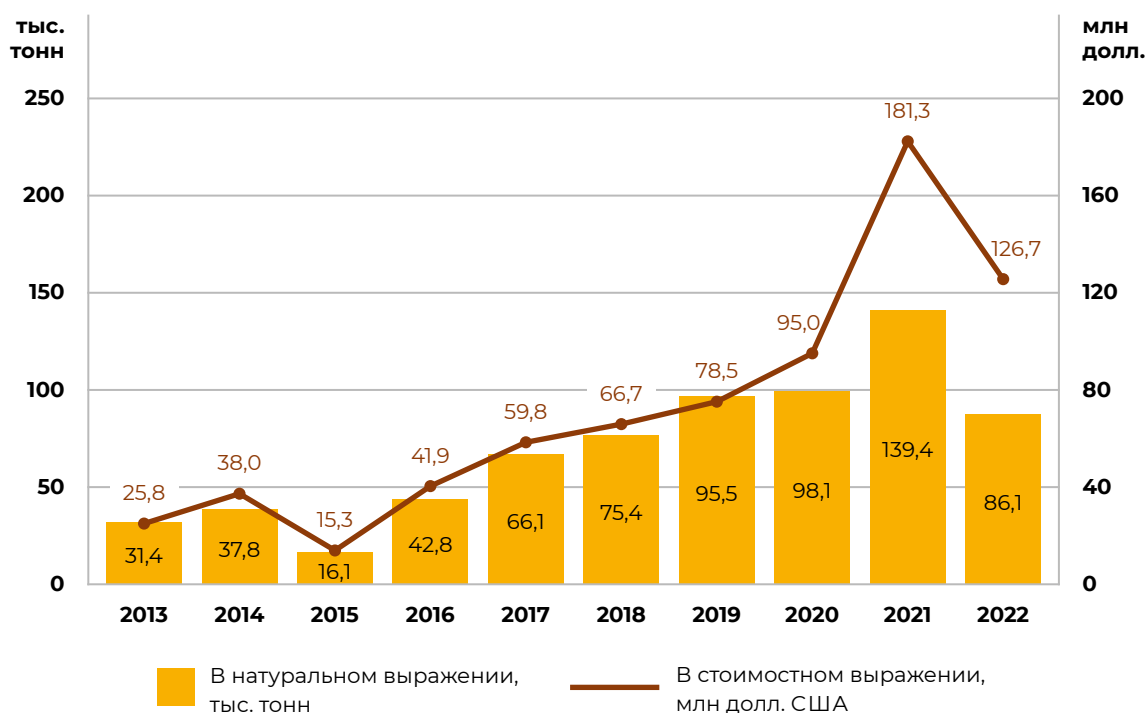
Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Импорт

В 2022 г. импорт подсолнечного масла Непала составил 86,1 тыс. тонн на сумму 126,7 млн долл. США, что ниже уровня 2021 г. на 38,2% в натуральном и на 30,1% в стоимостном выражении. С 2016 по 2021 гг. импорт подсолнечного масла имел положительную динамику, со среднегодовым темпом роста 26,7% по объему и 34,0% по стоимости. Причем наиболее стремительный рост объема импорта в натуральном выражении отмечался в течение 2021 г., тогда импорт подсолнечного масла Непала увеличился до 139,4 тыс. тонн.



Рис. 12. Импорт подсолнечного масла Непала в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2019 гг.



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

В 2013-2022 гг. структура импорта подсолнечного масла Непала в натуральном и стоимостном выражении оставалась стабильной. На протяжении всего рассматриваемого периода основным импортируемым видом подсолнечного масла в Непал было сырое масло, на долю которого в 2022 г. пришлось свыше 98% импорта в натуральном выражении и 97% в стоимостном. В 2022 г. Непал импортировал 84,4 тыс. тонн сырого подсолнечного масла на сумму 123,3 млн долл. США. За последние 10 лет доля сырого подсолнечного масла в общем объеме закупок подсолнечного масла в натуральном выражении выросла с 93,0% в 2013 г. до 98,1% в 2022 г., тогда как доля рафинированного подсолнечного масла сократилась: с 7,0% в 2013 г. до 1,9% в 2022 г.



Табл. 3. Структура импорта подсолнечного масла Непала по ассортименту в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Сырое подсолнечное масло	29,2	36,0	14,1	40,0	64,5	72,5	92,4	95,4	136,6	84,4
Рафинированное подсолнечное масло	2,2	1,8	2,0	2,8	1,6	2,9	3,1	2,7	2,8	1,6
Итого	31,4	37,8	16,1	42,8	66,1	75,4	95,5	98,1	139,4	86,1

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Рис. 13. Структура импорта подсолнечного масла Непала по ассортименту в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

В 2022 г. объем импорта сырого подсолнечного масла достиг 123,3 млн долл. США, сократившись по сравнению с 2021 г. на 30,1% и заняв долю 97,3%. Закупки рафинированного подсолнечного масла также сократились до 3,4 млн долл. США, достигнув доли в 2,7% в структуре импорта подсолнечного масла Непала (-6,2 п.п. к 2013 г.).

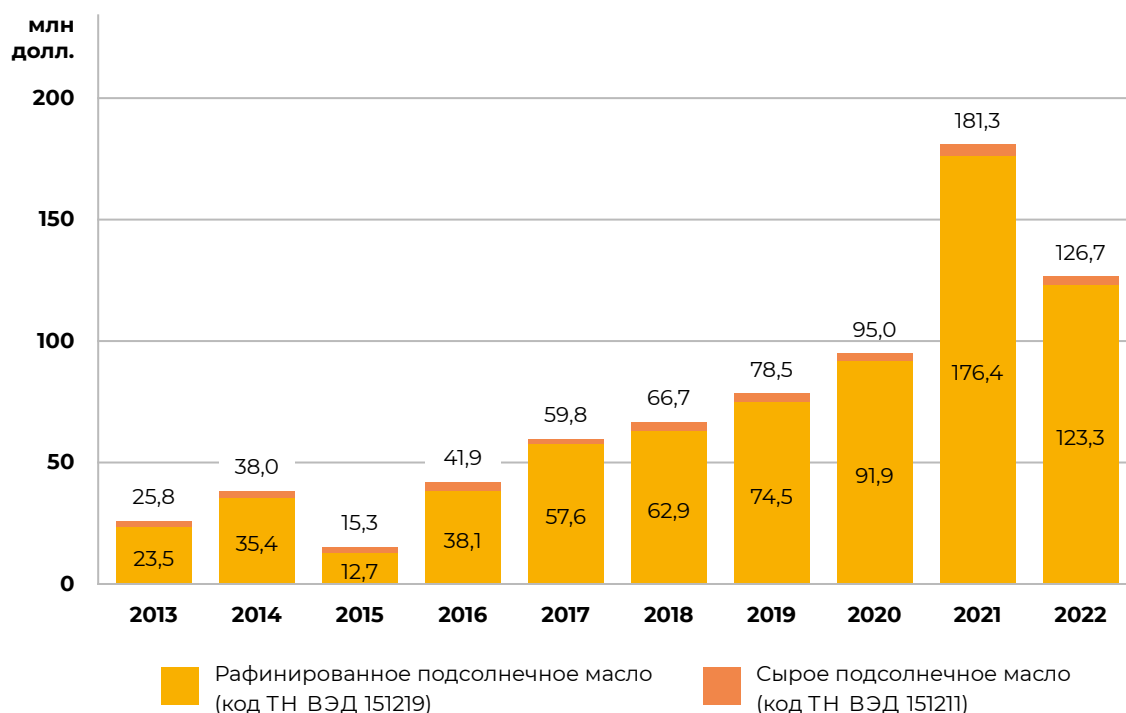
Табл. 4. Структура импорта подсолнечного масла Непала по ассортименту в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

Наименование	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Сырое подсолнечное масло	23,5	35,4	12,7	38,1	57,6	62,9	74,7	91,9	176,4	123,3
Рафинированное подсолнечное масло	2,3	2,7	2,6	3,8	2,1	3,8	3,8	3,1	4,8	3,4
Итого	25,8	38,0	15,3	41,9	59,8	66,7	78,5	95,0	181,3	126,7

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Рис. 14. Структура импорта подсолнечного масла Непала по ассортименту в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Основными поставщиками подсолнечного масла в Непал на протяжении последних десяти лет остаются Украина, Малайзия, Индия. При этом с 2016 г. Аргентина возобновила поставки подсолнечного масла в Непал, а также Россия начала экспортировать подсолнечное масло, стремительно набирая обороты в течение следующих лет. В 2022 г. на долю топ-5 стран приходится 99,6% от общего объема импорта подсолнечного масла Непала.

Среди перечисленных поставщиков, на протяжении длительного времени крупнейшим экспортером была Украина, но в 2022 г. существенно сократила объем поставок подсолнечного масла в Непал (-36,5% к 2021 г).

В течение 2016-2022 гг. объем импорта подсолнечного масла из России имел неопределенную динамику: в 2018 г. и 2021 г. показатель достигал пиковых значений в 19,0 тыс. тонн (15,8 млн долл. США) и 16,5 тыс. тонн (22,7 млн долл. США) соответственно. В 2018 г. объем импорта из России увеличился в 5,6 раз в натуральном выражении и в 5,1 раз в стоимостном выражении по отношению к 2017 г. Причем в 2021 г. Непал закупил подсолнечного масла из России на 16,5 тыс. тонн (на 22,7 млн долл. США) больше, чем годом ранее, когда показатель достиг минимальных значений. В эти же года Россия занимала вторые места, обогнав ближайшего конкурента в поставках подсолнечного масла в Непал — Аргентину.

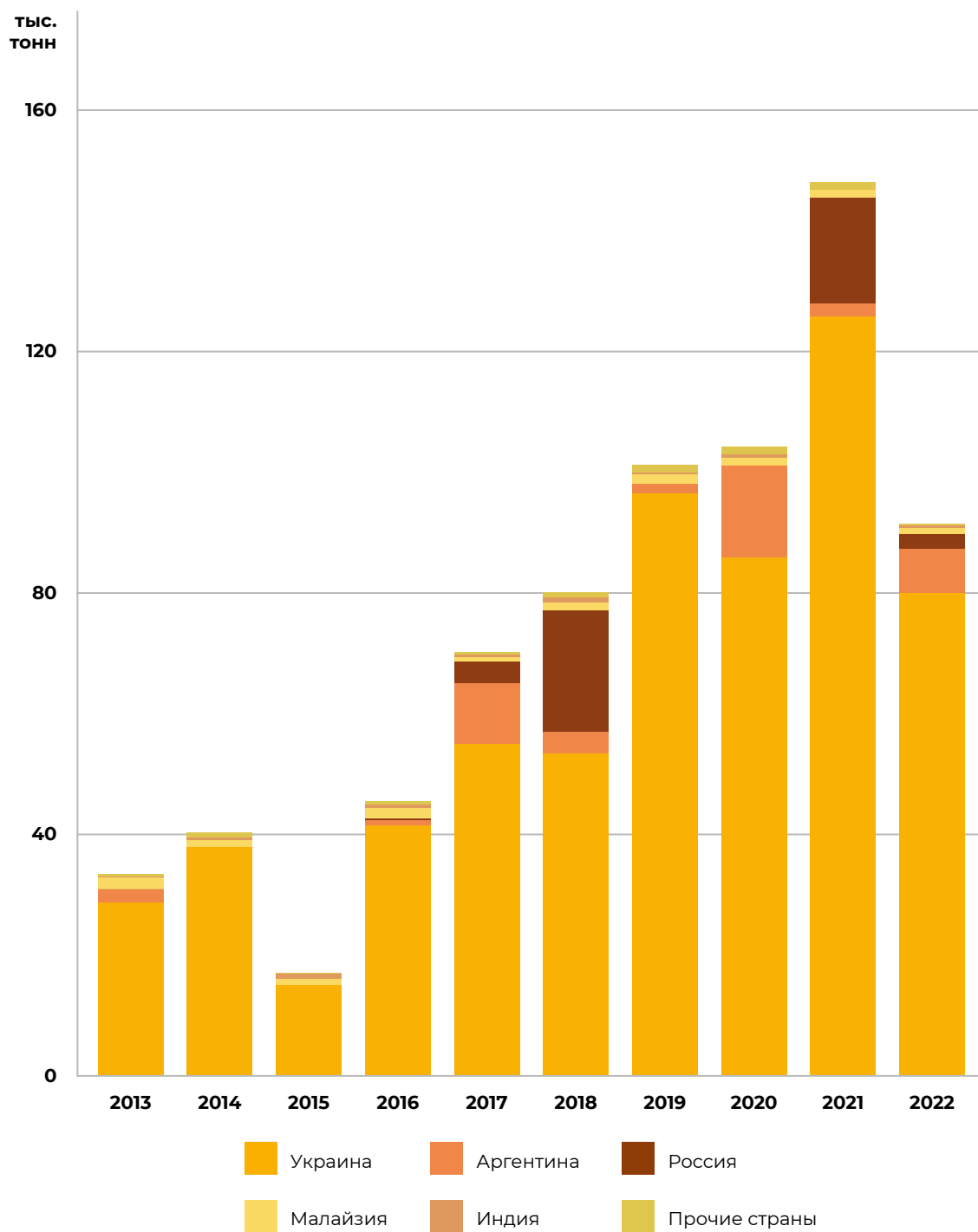
Табл. 5. Импорт подсолнечного масла Непала по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Украина	27,0	35,6	14,1	39,1	51,7	50,3	90,9	80,8	118,5	75,3	87,5
2	Аргентина	2,1	—	—	0,7	9,5	3,3	1,4	14,4	2,0	6,9	8,0
3	Россия	—	—	—	0,3	3,4	19,0	0,02	0,02	16,5	2,4	2,8
4	Малайзия	1,8	1,2	1,0	1,7	0,8	1,3	1,5	1,3	1,2	0,9	1,0
5	Индия	0,2	0,4	0,8	0,5	0,4	0,8	0,4	0,5	0,1	0,3	0,3
	Прочие страны	0,3	0,7	0,2	0,5	0,4	0,8	1,2	1,1	1,1	0,4	0,4
	Итого	31,4	37,8	16,1	42,8	66,1	75,4	95,5	98,1	139,4	86,1	100

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Рис. 15. Импорт подсолнечного масла Непала по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

Табл. 6. Импорт подсолнечного масла Непала по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

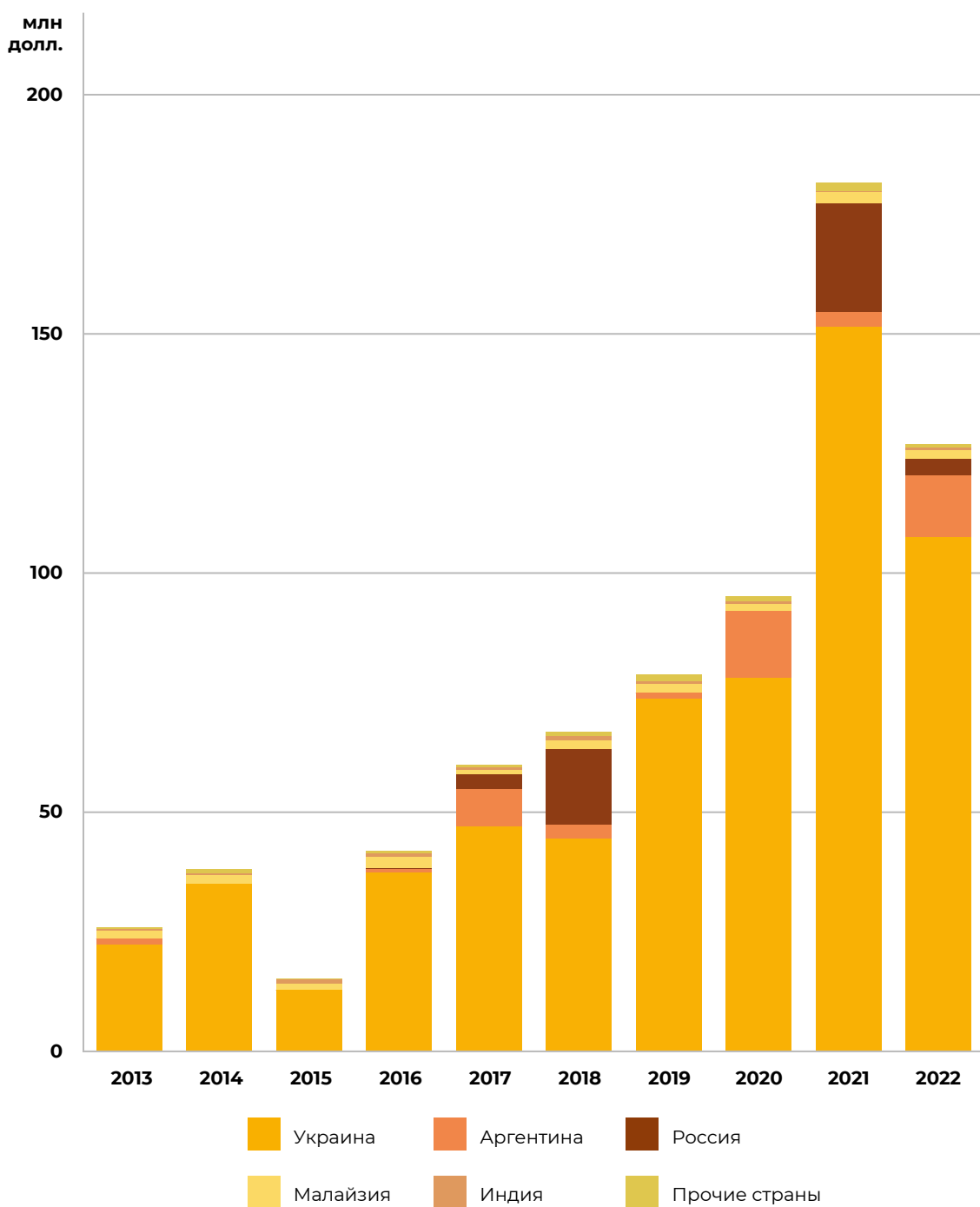
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Украина	22,2	34,9	12,7	37,3	46,8	44,3	73,5	77,9	151,1	107,2	84,6
2	Аргентина	1,3	—	—	0,6	7,8	2,9	1,2	13,9	3,0	12,8	10,1
3	Россия	—	—	—	0,3	3,1	15,8	0,02	0,02	22,7	3,5	2,8
4	Малайзия	1,6	1,8	1,4	2,3	1,0	1,8	1,9	1,4	2,3	1,8	1,5
5	Индия	0,4	0,5	0,9	0,7	0,5	1,0	0,6	0,6	0,2	0,6	0,4
	Прочие страны	0,3	0,8	0,2	0,7	0,5	0,9	1,3	1,1	1,9	0,7	0,6
	Итого	25,8	38,0	15,3	41,9	59,8	66,7	78,5	95,0	181,3	126,7	100

Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.



Рис. 16. Импорт подсолнечного масла Непала по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: UN Comtrade

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211, 151219.

В 2022 г. средняя цена на импортное сырое подсолнечное масло в Непале достигла 1 460 долл. США за тонну продукции, увеличившись по сравнению с 2021 г. на 13,1%, что связано с ростом цен на продукцию Украины (+12%) и Аргентины (+26%), тогда как цена российских поставок изменилась всего на 5%.

Наиболее высокая цена на импортное сырое подсолнечное масло в 2022 г. отмечалась на продукцию из Аргентины (1 869 долл. США за тонну). Среди крупнейших поставщиков сырого подсолнечного масла наиболее низкая цена в 2022 г. отмечалась на поставки из Украины (на 2,6% ниже средней цены или 1 422 долл. США за тонну) и России (на 0,6% ниже или 1 451 долл. США).

За исключением 2017 г. и 2021 г. цены на сырое подсолнечное масло из России были ниже среднемирового уровня, а цены в 2016 г. и 2018 г. были ниже среди всех основных поставщиков.

Табл. 7. Средняя цена на импортное сырое подсолнечное масло 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	806	982	905	953	893	869	808	964	1 291	1 460	—
Аргентина	604	—	—	937	829	880	854	964	1 481	1 869	28,0
Россия	—	—	—	917	909	834	—	—	1 381	1 451	-0,6
Украина	821	982	905	954	904	881	808	964	1 276	1 422	-2,6

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 151211.

В 2022 г. средняя импортная цена на рафинированное подсолнечное масло Непала составила 2 089 долл. США за тонну. По отношению к уровню 2021 г. средняя цена выросла на 19,0%. Самые высокие цены в 2022 г. зафиксированы на поставки из Малайзии — 2 148 долл. США за тонну, что на 2,8% выше среднего уровня, а также из Индии (2 125 долл. США за тонну), которая выше среднемировой цены на 1,7%. Наиболее низкая цена в 2022 г. отмечалась на поставки рафинированного подсолнечного масла из Украины (1 934 долл. США за тонну), которая была ниже средней импортной цена на данную продукцию на 7,4%.

Табл. 8. Средняя цена на импортное рафинированное подсолнечное масло 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	1 044	1 443	1 301	1 379	1 305	1 292	1 241	1 128	1 756	2 089	—
Малайзия	931	1 446	1 430	1 369	1 323	1 335	1 285	1 130	1 909	2 148	2,8
Индия	1 653	1 354	1 260	1 301	1 306	1 325	1 322	1 130	1 897	2 125	1,7
Турция	1 582	1 468	1 342	1 336	1 297	1 207	1 182	1 130	1 755	2 081	-0,4
Украина	—	—	—	1 451	1 028	1 073	1 064	1 130	1 208	1 934	-7,4

Источник: UN Comtrade

Примечание. Код ТН ВЭД 151219.

2.2. Потребительские предпочтения

Для непальских потребителей ключевую роль играют цена и доступность при выборе пищевого растительного масла

Учитывая серьезное влияние пандемии COVID-19 на потребительский рынок Непала, а также зависимость страны от импорта сельскохозяйственной продукции, в частности растительных масел, способствующей сильной волатильности цен на основные продукты питания, наблюдается тенденция к осторожному расходованию средств, включая поиск более дешевых товаров-заменителей. Потребители с низким уровнем доходов особое внимание уделяют формированию потребительской корзины, так как продукты питания являются одной из основных статей расходов населения Непала.

Инновационные тренды определяют спрос

Потребители позитивно реагируют на запуски новых продуктов с полезными свойствами или улучшенным вкусом, к примеру масла 100% без холестерина, обогащенного витаминами А и Е. Выбор бренда также зависит от дохода отдельных домохозяйств. В сельских областях покупатели не обращают внимания на бренд, предпочитая доступные экономичные марки. В городских и пригородных районах, где потребители, как правило, более образованны и привержены брендам, спросом пользуются популярные бренды, такие как Dhara или Safari.

Основные блюда, в которых используется подсолнечное масло — момо (тибетское блюдо из теста с начинкой), бара (блины из чечевицы), блюда из курицы или баранины, почти все овощные карри и другие блюда, в том числе сел роти

(сладкий прожаренный рисовый хлеб в виде кольца), чатанмари (рисовые блины), тхукпа (суп с лапшой), дхиндо (лепешки со специями), лапинг (острое блюдо с лапшой из бобов мунг), сукуту (мясо буйлова на углях). В сельских районах популярностью пользуются локальные экономичные бренды, такие как Chef и Ramdev, по цене 1,5–2,0 долл. США/л, тогда как более дорогие бренды — Dhara, Amrit и Sunflow — менее популярны.

В потреблении пищевых масел и жиров среди городского и сельского населения доминирует четыре основных вида растительных масел — пальмовое, соевое, подсолнечное, рапсовое

Около 78-79% населения Непала проживает в пригородных или сельских районах. Большинство сельского населения предпочитает топленое масло на базе гидрогенизированного жира, соевое или смесь соевого и подсолнечного масел. Вследствие выявленной исследованиями опасности гидрогенизированных жиров для сердечно-сосудистой системы, они постепенно исчезают с прилавков. Эти жиры заменяет соевое масло, потребление которого значительно выросло за последнее время. В населенных пунктах городского типа также растет потребление подсолнечного масла. Причина — стремление потребителей к здоровому образу жизни. В крупных городах, к примеру, Катманду, Покхара и Читван, подсолнечное масло используется в значительных объемах. Цены соевого масла в рознице составляют 1,5–2,2 долл. США/л, в то время как минимальная цена подсолнечного масла (без скидок) — 1,9–2,0 долл. США/л.

Спрос на подсолнечное масло возрастает в праздничные периоды

Спрос на подсолнечное масло более-менее равномерен в течение года. Однако в праздники — Дашара и Дивали, приходящиеся на октябрь и ноябрь, — потребление возрастает на 2–5% и выше. Тогда становятся более востребованными сладкие и острые блюда, такие как во или бара (блины из чечевицы), рисовый хлеб сел роти, лепешки дхиндо, чхвела (мясо буйвола на гриле со специями), бутан (острое блюдо из козьего рубца), а также индийские закуски, например, самоса (треугольные пирожки с овощной начинкой, которые жарятся во фритюре с рафинированным подсолнечным маслом). Эти закуски готовят как дома, так и для продажи на улицах, что увеличивает потребление подсолнечного масла.

Соевое, горчичное и пальмовое масла также популярны в Непале

Соевое масло (розничная цена 1,5–2,2 долл. США/л) хорошо известно непальским потребителям и является первым выбором в сельских регионах. Оно потребляется как в чистом рафинированном виде, так и в смесях с пальмовым и подсолнечным маслом. Горчичное масло (розничная цена составляет 2,3–3,3 долл. США/л) используется покупателями не только в кулинарии, но и для

ухода за кожей и волосами, а также как масло для массажа. Оливковое масло (цена в рознице составляет 8,0–19,5 долл. США/л), которое полностью импортируется, популярно в качестве продукта для здорового питания, но высокие цены (минимальная цена на оливковое масло почти в 4 раза выше цены на подсолнечного) и низкий спрос со стороны непальцев препятствуют формированию значительной потребительской базы.

2.3. Торгово-распределительная сеть

Розничная торговля

Розничный канал вносит наибольший вклад в потребление рафинированного подсолнечного масла. Традиционные бакалейные магазины, называемые кирана пасал (kirana pasal), представлены в каждом городском и сельском населенном пункте Непала в шаговой доступности для любого домохозяйства, что и определяет их лидерство в продажах подсолнечного масла. В магазинах продают местные бренды рафинированного подсолнечного масла, такие как Dhara, SWTK, Sunflow, Sunny, Amrit, Byanjan, Sunaulo, Bohra Group, Divya Refined Oil в пакетах объемом 500 мл и 1 л — наиболее ходовые бренды и размеры упаковки (в традиционных бакалейных магазинах).

Уровень урбанизации в Непале достаточно низкий (около 21,5%). Поскольку супермаркеты присутствуют только в городских поселениях, они имеют значительно меньшую долю в объеме продаж (около 20%), чем традиционные магазины. Однако благодаря удобству покупок в одном месте, широкому ассортименту брендов и вариантов упаковки супермаркеты играют важную роль в продажах рафинированного подсолнечного масла в Непале.

Традиционные малые магазины

Доля традиционных магазинов в розничных продажах растительного масла в 2022 г. составила 80%. Эти магазины находятся, как правило, в шаговой доступности и предлагают удобные для потребителей малые размеры упаковки, которые хорошо подходят для ежедневных или еженедельных закупок.

Ассортимент и цены

Средняя цена за упаковку 1 литр местных и импортных марок составляет 2,0–3,8 долл. США в городских районах (Fortune как пример верхней границы цены) и 1,4–1,9 долл. США/л в сельских районах (к примеру, Ramdev).

Маркетинг

Промо-мероприятия проводятся в сотрудничестве с владельцем бренда. Производитель, к примеру, Triveni Group, предоставляет баннеры, брендиро-

ванные стойки и иные POS-материалы для привлечения внимания к своему продукту. Ритейлеры размещают их в торговых точках и часто рекламируют продукт конечному покупателю.

Супермаркеты

На долю супермаркетов в 2022 г. пришлось около 20% розничных продаж. Сети супермаркетов развиваются во всех крупных городах Непала. Супермаркеты ежедневно посещает более 400 тыс. покупателей. Магазины предлагают все виды бакалейных товаров, как отечественных, так и импортных брендов.

Ведущие игроки

- **BBSM** (Bhat-Bhateni Supermarket) — Bhat-Bhateni была основана в 1984 г. Сегодня Bhat-Bhateni имеет общую торговую площадь в 1 млн кв. футов (~92,9 тыс. м²), 22 филиала по всей стране, с ежедневными продажами, превышающими 650 тыс. долларов США. Bhat-Bhateni — ведущая сеть супермаркетов и универмагов Непала, расположенная в Катманду, столице и экономическом центре, а также во всех крупных городах страны. Bhat-Bhate — один из самых надежных брендов Непала, который ежедневно посещают более 100 тыс. посетителей. Будучи крупнейшей розничной сетью Непала, Bhat-Bhateni предлагает ассортимент из 150 тыс. товаров от более чем 1 тыс. местных и международных поставщиков: начиная от продуктов питания, пищевых масле, свежих продуктов; косметика и туалетные принадлежности; широкий выбор международных спиртных напитков; к широкому выбору кухонной посуды, одежды, спортивных товаров, игрушек и электроники.
- **BigMart** — одна из крупнейших сетей бакалейных магазинов и супермаркетов в Непале. Только в долине Катманду насчитывается свыше 57 магазинов. Сеть BigMart управляется компанией Mega Mart, основные склады которой расположены в Балкху и Калопуле. С этих складов осуществляются поставки в магазины всех основных продуктов, кроме свежих овощей и фруктов. Стратегия компании состоит в том, чтобы оптимизировать цепи поставок и покупать продукцию напрямую у фермеров.
- **Salesberry** — семейный бизнес, основанный в 1993 г. На сегодняшний день, работает более 600 сотрудников. Известная торговая сеть офлайн и онлайн магазинов в Непале. На 2023 г. насчитывает более 31 торговорозничной точки разного формата (от экспресс-магазинов до супермаркетов и премиум-магазинов), является одной из лидирующих сетей супермаркетов в Непале. Представлена во всех крупных городах страны.
- **Saathi Mart** — быстрорастущая розничная офлайн и онлайн сеть в Непале, представленная в Катманду, Лалитпур, Бхактапур, Рудрапур, Дхаране, Джхапа, Биртамоде, Аргхакханчи, и других районах страны. Компания была основана в 2009 г., а на сегодняшний день владеет более 93 магазинами по всему Непалу, которые предоставляют исключительные услуги местным клиентам в разных частях страны.

- **Namaste Mart** — бакалейный ритейлер, один из наиболее популярных магазинов для ежедневных покупок в Катманду. Большая часть продаваемой продукции — местные бренды, но присутствует и небольшое количество импортных товаров (из Индии).

Ассортимент и цены

- В супермаркетах продается как импортное, так и местное рафинированное подсолнечное масло, что позволяет удовлетворить запросы всех групп покупателей. Наиболее востребованы импортные торговые марки Meizan и Fortune.
- Поскольку покупатели, как правило, посещают супермаркеты для пополнения месячных запасов, наиболее популярны 5-литровые емкости и картонные упаковки из емкостей по 1 литру (от 10 штук в коробке и больше). Цены сильно варьируются в зависимости от магазина и сезонных распродаж и акций, и т.п.: средняя цена на подсолнечное масло местных брендов продается по цене 2,1-2,5 долл. США за 1 литр в пакете и 2,6-3,1 долл. США за 1 литр в ПЭТ-бутылке. Импортные бренды, такие как Fortune (Индия), стоят в рознице 2,9-3,5 долл. США за 1 литр в пакете и 3,0-3,6 долл. США за 1 литр в ПЭТ-бутылке. За счет активных рекламных мероприятий набирает популярность 1,8-литровая и 2-литровая емкость Fortune в качестве недельного запаса домохозяйства.

Розничные цены подсолнечного масла, произведенного в Непале, составляют около 2,2–2,6 долл. США/л. Так, масло под торговой маркой Amrit продается по цене 1,8-2,5 долл. США/л (пакет флоу пак), Dhara — 2,2-2,3 долл. США/л (пакет флоу пак), Sunflow — 1,8-2,2 долл. США/л (пакет флоу пак), в то время как импортный бренд Fortune (Индия) — 2,6 — 4,1 долл. США/л (пакет флоу пак). Иногда рафинированное подсолнечное масло местных игроков продается в смеси с соевым, что позволяет снизить его розничную цену.

Маркетинг

Промо-активность, направленная на повышение продаж, к примеру, акция «купи 5 литров, получи 500 мл в подарок» применяется довольно часто; также в качестве подарков используется мелкая утварь, к примеру, вилки, чашки и др.

Большинство отечественных брендов, в частности, Dhara, SWTK, Sunflow, Sunny, Amrit, Vyaujan, Sunaulo, Bohra Group, Divya Refined Oil, сотрудничают с операторами супермаркетов по установке брендированных проходов и полок для своего подсолнечного масла.

Сектор общественного питания

Сектор общественного питания также занимает значимое место в потреблении подсолнечного масла, однако его вклад гораздо меньше реализации рафинированного масла в рознице. Канал включает отели, рестораны, сетевой фаст-фуд, кафе и бары. Интенсивное потребление масла в секторе вызвано ростом посещаемости заведений общественного питания местными жителями и зарубежными туристами. Подсолнечное масло активно используется в индийской кухне (включающей все виды карри), а также китайской (в которой множество жареных во фритюре блюд) и западной (для различных видов выпечки), которые широко представлены в Непале. Однако из-за пандемии Covid-19 часть предприятий общественного питания закрылась, и потребление рафинированного подсолнечного масла переориентировалось на торгово-розничный канал.

В канале доминирующее положение занимают рестораны и сети фастфуда, а также кафе и бары. Отели и рестораны присутствуют в каждом городе Непала. Рестораны и сетевой фастфуд наиболее популярны в крупных городах, таких как Катманду, Бхактапур, Лалитпур, Покхара, Джанакпур, Биратнагар, Бирганж, Непалганж, Дхаран и Читван. Почти в каждом блюде, подаваемом в отелях и ресторанах, используется подсолнечное масло из-за высокой точки дымления, нейтральному вкусу и дополнительных полезных свойств (источник витамина Е, Омега-3, Омега-6, содержат ненасыщенные жирные кислоты, которые могут помочь снизить уровень холестерина и риск сердечных заболеваний, и т.д.)

Рестораны и отели

В секторе общественного питания ключевую роль играет цена. Принципиальной разницы нет, местный продукт или импортный, даже премиальные отели смешивают локальное и импортное подсолнечное масло. Значительная часть блюд в ресторанах и отелях готовится на подсолнечном масле, которое лидирует в этом секторе.

Большинство ресторанов используют местное рафинированное подсолнечное масло по цене около 32-35 долл. США за 15-литровую металлическую банку/канистру.

Ведущие игроки

- **KGH Group of Hotels and Resorts** — лидирующая в Непале сеть, состоящая из 8 эко-отелей. Карна Сакья является основателем сети KGH Group и создателем туристической отрасли страны. Считается, что благодаря ему Непал появился на туристической карте мира.
- **Hotel Buddha Palace** — один из наиболее известных в Непале отелей, располагающийся рядом с главными достопримечательностями. В отеле есть ресторан, в котором все карри, выпечка и хлебобулочные изделия готовятся на подсолнечном масле.

Фастфуд

Предприятия фастфуда в основном используют подсолнечное масло для приготовления блюд. Выбор бренда определяется доступностью, быстрой поставкой, средней или экономичной ценой. За исключением KFC и Pizza Hut местные сети фастфуда — Burger House, Bota Momo и Chicken Station — используют рафинированное масло местного производства.

Подсолнечное масло широко используется для приготовления пищи и жарки благодаря высокой температуре копчения и нейтральному вкусу. Подсолнечное масло универсально и может использоваться в самых разных рецептах, начиная от жарки, пассерования, выпечки и заправки для салатов.

Жарка во фритюре – один из наиболее распространенных способов применения подсолнечного масла, т.к. оно имеет высокую точку дымления (не менее 227°C). Подсолнечное масло может использоваться для обжарки картофеля фри, луковых колец, рыбы в кляре, курицы, баранины и множества других блюд. Использование подсолнечного масла при фритюрной обжарке дает привлекательный золотистый цвет и хрустящую консистенцию блюдам из курицы, жареному картофелю, овощам и т.д. При приготовлении блюд на плите, таких как овощное и мясное карри, тушеных блюд, рисового блюда бирьяни, жаркого в горшочках, подсолнечное масло предпочитается в секторе общественного питания.

Сети фастфуда обычно закупают рафинированное масло у местных оптовиков по цене от 32-35 долл. США и выше за 15-литровую металлическую банку/канистру.

Ведущие игроки

- **Burger House And Crunchy Fried Chicken** — популярная сеть фастфуда, специализирующаяся на жареной курице и гамбургерах, а также на напитках и продуктах питания. По состоянию на 2022 г. Burger House имеет 88 точек по всему Непалу².
- **Chicken Station** — универсальный ресторан быстрого питания для «любителей курицы и веганов-энтузиастов», представляющий множество закусок и острых блюд, включая мучные изделия.

² <https://anmuphd.com/misc/story-of-the-burger-house-and-crunchy-fried-chicken/>

- **KFC** — сеть фастфуда, насчитывающая 13 точек в 8 районах, включая Думармарг, Тими, Будда, Лабим, Мараджганж, Покхара, Бхаратпур и Наксал. Франчайзи KFC (Yum! Brands) – Devyani International Nepal³ — одна из наиболее быстрорастущих транснациональных компаний Непала. Основные блюда в меню — куриные крылья, традиционные и веганские бургеры, мучные изделия, куриный попкорн и т.д.
- **Pizza Hut** — сеть пиццерий, присутствующая в более чем 100 странах мира, включая Непал. Франчайзи Pizza Hut (Yum! Brands) — Devyani International Nepal.

Электронные торговые площадки

Канал розничной онлайн торговли относительно новый для внутреннего рынка Непала, тем не менее, с каждым годом набирающий популярность для реализации отечественной и импортной пищевой продукции, включая подсолнечное масло ведущих брендов. Преимущество данного канала — простой доступ и удобство покупок для потребителей по всей стране.

Alibaba Daraz — международная онлайн-торговая площадка с магазинами электронной коммерции в Пакистане, Бангладеш, Непале, Шри-Ланке и Мьянме. Онлайн-платформа Daraz была запущена в 2012 г., но активное развитие получила после приобретения Alibaba Group в 2018 г. На рынок Непала компания Daraz вышла в 2016 г. В общей сложности компания имеет около 46 логистических хабов в Непале. По информации на 2023 г. сеть обслуживания Daraz охватывает 101 город в Непале, при этом половина объема заказов поступает из городов за пределами столицы Непала Катманду, что подтвердила Daraz. Согласно заявлению Daraz, ежемесячное количество посещений веб-сайта Дараза в Непале достигло 2,7 миллиона, при этом ежемесячно у него 1,5 миллиона активных пользователей и более 18 000 местных продавцов⁴.

³ Компания Devyani International Limited (DIL), основанная в 1991 г., является одним из крупнейших в Индии операторов сетевых ресторанов быстрого обслуживания (QSR). Компания включает разнообразное портфолио мировых брендов и успешных собственных брендов. Devyani International Nepal была основана путь в 2009 г.

С Yum! Brands начала работать в 1997 г., когда открыли первый ресторан Pizza Hut в Дели. Впоследствии продолжили расширять деятельность за счет франшиз KFC и Pizza Hut, и по состоянию на 2023 г. DIL управляет более чем 1 243 ресторанами разных брендов в более чем 240 городах Индии, Нигерии и Непала. DIL имеет более 490 ресторанов KFC и более 506 ресторанов Pizza Hut в Индии, включая 59 ресторанов KFC и Pizza Hut в Непале и Нигерии (только KFC). У DIL более 112 кафе Costa Coffee по всей Индии.

⁴ <https://mp.weixin.qq.com/s/bW8GET-UuO9VygxP3xPpRg>

Пищевая промышленность

Пищевая промышленность в Непале в основном использует соевое и пальмовое масла, более привлекательные по цене. Подсолнечное масло используется для изготовления чипсов и иногда национальных мучных кондитерских и хлебобулочных изделий. При этом оно не дает экономических преимуществ для производителя, т.к. не является самым дешевым видом масла. Продуктов, в которых могло бы использоваться подсолнечное масло на рынке немного, поэтому промышленное потребление подсолнечного масла невелико.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

На рынке рафинированного подсолнечного масла доминируют отечественные компании, являющиеся одновременно импортерами и переработчиками. KL Dugar Group, Triveni Group, Nimbus Group, Bohra Group — крупнейшие производители рафинированного подсолнечного масла.

Наиболее популярные бренды на внутреннем рынке — KL Dugar Group (Dhara, SWTK, Sunflow, Sunny), Triveni Group (Amrit), Nimbus Group (Byanjan, Sunaulo), Bohra Group (Choice), Kalika Refinery (Ambe), Shiv Shakti Group (Family), Rungta Group (Divya Refined Oil), Baba Vegetable Oil Industries (Siddha Baba). Другие бренды, кроме вышеупомянутых, продаются в сельских и пригородных районах Непала. Супермаркеты закупают масло напрямую у производителей или импортеров, остальная продукция распространяется через оптовых поставщиков и/или дистрибьюторов.

Среди известных импортных брендов, широко представленных на рынке Непала, были Fortune (индийской компании Agani Wilmar) и Meizan (партнерского бренда, входящего в K.L. Dugar Group).

Ведущие импортеры и переработчики подсолнечного масла в Непале



KL Dugar Group

KL Dugar Group — ведущая диверсифицированная бизнес-группа Непала, ведущая свою историю с 1893 г. и официально основанная в 1989 г. KL Dugar Group специализируется на производстве, экспорте, импорте, дистрибуции, строительстве, туристическом секторе. Группа имеет диверсифицированный портфель товаров и услуг в сфере FMCG, цемента и горнодобывающей промышленности, электроники, недвижимости, гидроэнергетики, банковского дела, страхования и перестрахования. Разнообразный портфель брендов (собственные и партнерские бренды) подразделяется на: пищевое растительное масло (горчичное масло, подсолнечное масло, соевое масло, кукурузное масло, пальмовое масло, оливковое масло), продовольственные зерновые и зернобобовые культуры, мука из зерновых и зернобобовых культур, снеки, специи, продукты для завтрака, ингредиенты для мучной кондитерской и хлебобулочной отрас-

ли, ингредиенты для пищевой промышленности, мороженое, консервированная продукция, и множество других категорий продуктов.

K.L. Dugar Group — крупнейший в Непале производитель пищевых масел. Благодаря обширным каналам сбыта, такие бренды, как Dhara, Sunflower, Maisе, SWTK, Суан и Vigul, ориентированы на лояльную и обширную клиентскую базу. Деятельность группы включает переработку подсолнечного, соевого, горчичного и пальмового масел, а также торговлю другими пищевыми маслами, такими как кукурузное, кунжутное и кокосовое.

SWTK Oil Industries — дочерняя компания расположена в Биратнагаре на юго-востоке Непала. Завод был основан на шведской технологии Альфа Лаваль. С момента своего основания в 1989 г. заслужил репутацию крупнейшей компании Непала в секторе производства масла — с производственной мощностью 450 тонн/день и мощностью измельчения 100 тонн семян горчицы/день, что способствует производству микрофильтрованного масла из семян горчицы. Saurabh Oil & Agro Industries — масложировое предприятие, расположенное в Непалгандже, Непал с производительностью 150 тонн/день. Завод считается первым полностью автоматизированным заводом по производству масла в стране и ведущим производителем горчичного масла в Непале.



Triveni Dal & Oil Industries

Triveni Dal & Oil Industries на рынке Непала уже более 80 лет, представляет собой многопрофильный конгломерат из 48 компаний и более 15 тыс. сотрудников.

Annapurna Vegetable Products — дочерняя компания Triveni Group, основанная в 1990 г., является одной из старейших в группе. В настоящее время промышленность производит различные виды пищевого масла, такие как подсолнечное, соевое, пальмовое и горчичное. Основным брендом компании является Amrit. Текущая производственная мощность этого завода составляет 250 тонн/день, однако недавно компания добавила новое производственное крыло, которое увеличит производственную мощность до 350 метрических тонн/день.

Mahalaxmi Solvent & Refinery — непальская крупномасштабная производственная компания, входящая в Triveni Group. Компания была основана в 2007 г. Основной продукцией компании являются пищевое масло, соевый жмых, горчичный жмых, соевый лецитин и другие продукты переработки масличных семян и растительного масла. Компания представлена на рынке Непала и Индии.



Nimbus Group

Nimbus — группа компаний начинала как торговое предприятие, а через несколько лет после своего основания занялась птицеводством. Позже компания сделала рывок в производстве и маркетинге потребительских товаров, таких как продовольственные зерновые и зернобобовые культуры, наггетсы и пищевое масло. Производимая сельскохозяйственная продукция реализуется на внутреннем рынке Непала. В продуктовом портфеле

представлены ведущие бренды кормов для животных: Shakti и Himalayan Pet Food, а также известные FMCG-бренды: Buanjan и Sunaulo Kiran.

Компания поставляет потребительские товары в большинство торговых точек по всей стране, работает с более 35 тыс. фермеров в более чем 70 районах Непала, а также партнерство с 260 дилерами и 510 субдилерами. В производственные активы компании входят 12 складских помещений в ключевых районах страны: Баладжу (Катманду), Парса, Сунсари, Капилвасту, Кохалпур, Итахари, Биргандж, Хетауда, Бутвал, Нараянгхат, Дамаули.

Продуктовый портфель: пищевые масла (горчичное, подсолнечное, соевое, рапсовое), мука и крупа, чечевица, корма для сельскохозяйственных и домашних животных, готовая мясная продукция (наггетцы), консервированная продукция. Подсолнечное масло выпускается под брендами Buanjan и Sunaulo, используя шведские технологии Alfa Laval.

Подсолнечное масло Buanjan не содержит холестерина, обогащено витаминами А и D. Сертифицировано компанией NS Mark 378 и ISO 22000: 2005. Масло также обработано добавкой E-900, одобренной FDA, которая повышает температуру дымления, обеспечивая меньшее количество дыма, и заставляет пищу впитывать меньше масла, в результате чего пища становится менее липкой. Масло также было протестировано сторонней лабораторией, аккредитованной NABL.

Подсолнечное масло Sunaulo Kiran производится путем собственного измельчения семян и переработки сырого масла на современном масло перерабатывающем заводе.



Bohra Group

Bohra Group — многопрофильная группа компаний со штаб-квартирой в Непале, состоящей из 12 компаний. Подразделения Bohra group работают в таких секторах, как промышленное производство, строительство, импорт-экспорт, складские помещения, сельское хозяйство и финансовый сектор. В настоящее время работает более 1 500 человек, годовой доход составляет более 80 млн долл. США, а количество клиентов превышает 5,5 тыс.

Everest Solvent компания по производству пищевых масел (соевое, подсолнечное, пальмовое), соевого шрота, рисовых отрубей, совокупной мощностью измельчения почти 150 тыс. тонн в год. Является одним из самых востребованных поставщиков соевого шрота, рисовых отрубей и сырого масла в качестве корма для сельскохозяйственных животных в Непале. Производственная мощность по выпуску пищевого масла составляет 109,5 тыс. тонн в год.



Kalika Refinery (KRPL)

Kalika Refinery является одной из ведущих компаний по переработке пищевых масел в Непале. Продукция поставляется в различных вариантах упаковки: ПЭТ-бу-

тылки, банки или пакеты. Компания закупает высококачественное сырье с международного рынка и использует его для производства рафинированного соевого, подсолнечного, пальмового и горчичного масел различных марок и размеров, подходящих для розничного потребления. Подсолнечное масло производится под брендом Ambe.



SHIV SHAKTI GROUP

Shiv Shakti Group — была основана в 1987 г. За последние три десятилетия SSG диверсифицировала бизнес по нескольким направлениям по всей стране, производя широкий ассортимент продукции промышленного и потребительского назначения. Бизнес-направления включают: пищевое масло, переработка сельскохозяйственной продукции, мыло и олеохимические добавки, упаковка и полимеры, сахар, цемент, услуги, недвижимость и инфраструктура. Завод Shree Shiv Shakti Ghee Udhyog является одним из крупнейших заводов по переработке пищевого масла в Непале и первым в своем роде в частном секторе. Продуктовый портфель пищевых масел включает подсолнечное, соевое, горчичное.



Rungta Group

С момента своего основания в 1968 г. группа Rungta достигла значительных успехов в таких секторах, как внешняя торговля, переработка продовольственных зерновых и зернобобовых культур, соевое и подсолнечное масла, а также корма для сельскохозяйственных животных. В 2008 г. открыли современную мукомольно-рисовую фабрику, а также начали производить гранулированный корм для птицы. Недавно группа стала комплексным решением для птицеводства с собственным птицеводческим заводом и инкубаторием.

Пищевые рафинированные масла (подсолнечное, соевое, пальмовое) выпускаются под брендом Divya Refined Oil, реализуются на рынке Непала и Индии.



Siddha Baba Sunflower Oil

Baba Vegetable Oil Industries поставляет на рынок Непала сырые пищевые масла (подсолнечное, соевое и пальмовое), а с 2010 г. с учетом потребительских предпочтений внутреннего рынка компания расширила продуктовый портфель, дополнив портфель рафинированным подсолнечным маслом под брендом «Siddha Baba Sunflower Oil». Продукция компании прошла сертификацию Непальского бюро стандартов и метрологии. Рафинированное масло поставляется на внутренний рынок во всех типах упаковки: от пакетиков 500 мл — 1 л до 5 литровых канистр и 5 литровых ПЭТ-бутылок.



THE LUCKY GROUP

Lucky Group одна из ведущих групп компаний частного сектора Непала, основы которой были заложены в начале 1980 г. На сегодняшний день компания сотрудничает с 10 странами по 14 бизнес-направлениям: FMCG, цемент, добыча полезных ископаемых, упаковка и товары длительного пользования, сантехнические и электрические решения, потребительские, товары длительного пользования, автомобильные решения, недвижимость и, строительство, страховое решение, перестрахование, банковское дело, инвестиции. FMCG-направление в лице Ganapati Vanaspati — полностью интегрированного масло перерабатывающего предприятия. Собственная современная лаборатория осуществляет контроль качества на каждой ступени процесса рафинирования.

Компания Ganapati Vanaspati занимается производством и экспортом рафинированных пищевых продуктов уже более 30 лет. Экспортные поставки в основном осуществляются в Индию и в Тибетский Автономный район Китая. Основными продуктами являются рафинированное соевое масло, рафинированное подсолнечное масло, рапсовое масло и различные продукты из пальмового масла, такие как пальмовый олеин и стеарин.



SARAWAGI

Sarawagi Group

Sarawagi Group — один из ведущих производителей, импортеров и дистрибьюторов брендов продуктов питания и напитков транснациональных компаний. Склады и офисы расположены в 4 крупных городах Непала, имеет свыше 14 дистрибьютеров, 200 сотрудников. Группа компаний специализируется на мучных кондитерских и хлебобулочных изделиях, молочных продуктах, макаронных изделиях, снеках, специях, алкогольной продукции, пищевом масле и масле переработке, мясе и колбасных изделиях, кормовой промышленности, а также продукции для розничного сектора и сектора HoReCa.

Ключевые бренды, с которыми работает компания: So Good, FSIPL, Golden Crown, Maxipan, KUSOM, Blue Diamond, Other, Swissbake, D'lecta, TAPP, Fats And Bakery Shortening, Margarine, CHR Hansen, Veeba, Alvin Caramel, D-Tech, QED Color Sorter, Nielsen Orchard, Orana, Indus, AUTHENTIC DESIGNER, Cargill, Maxichoco, Camlin, Fraser And Neave, Hexagon Nutrition, IFF, Lesaffre, Meister, Chemline, Domino, Narmada, Saeplast, Satol, Tropolite, Algist Bruggeman.



Sharda Group

Sharda Group — один из диверсифицированных бизнес-конгломератов Непала, созданный более 140 лет назад. С момента своего создания группа участвовала в широком спектре промышленных операций, производстве и торговле продукцией, начиная от промышленных товаров и заканчивая потребительскими товарами длительного и кратковременного пользования.

Требования и стандарты на продукцию



3

Содержание



3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке
и маркировке

3.1. Требования к производителям

Типовой набор документов, предоставляемых экспортером покупателю:

- сертификат веса (оригинал и две копии), выданный аккредитованным FOSFA сюрвейером с указанием фактически загруженного количества продукции;
- коммерческий инвойс продавца (три оригинала) с указанием базиса, описания товара, чистого веса, цены и страны происхождения;
- полный комплект коносаментов (три оригинала и три необоротных копии) с пометками касательно оплаты фрахта (в зависимости от базиса поставки);
- сертификат здоровья (оригинал и две копии) с пометкой «подходит для потребления человеком после рафинации»;
- сертификат происхождения, выпущенный уполномоченным органом или торгово-промышленной палатой;
- сертификат нерадиоактивности (оригинал и две копии), выпущенный уполномоченным органом;
- сертификат качества (оригинал и две копии), выданный аккредитованным FOSFA сюрвейером с результатами измерения контрактных характеристик товара;
- сертификат чистоты танков (оригинал и две копии), изданный аккредитованным FOSFA сюрвейером.

Покупатель может затребовать дополнительные документы или параметры груза, но в целом качественные требования к подсолнечному маслу не выходят значительно за рамки российского ГОСТа на подсолнечное масло и сложившихся отраслевых практик.



3.2. Требования к продукции

Параметры качества подсолнечного масла при поставках в Непал в целом соответствуют отраслевым стандартам. Основные и возможные дополнительные параметры качества представлены в таблице ниже.

Табл. 9. Параметры качества подсолнечного масла

Параметр	Значение
Основные параметры	
Влажность, примеси, %	≤ 0,5
Точка возгорания (FOSFA), °C	≥ 121
Радиоактивность, Бк/кг цезия 134 и 137	≤ 600
Свободные жирные кислоты, %	1,5 (базис), ≤ 2
Осадок, %	1,5 (базис), ≤ 2
Цветность, шкала Ловибонда 5,25", красный	≤ 7
Дополнительные параметры	
Содержание углеводов, мг/кг	≤ 50
Содержание фосфора, мг/кг	≤ 300
Содержание бензопирена, мкг/кг	≤ 2
Удельный вес при 20°C, т/м ³	0,920–0,925
Показатель преломления (рефракции) при 40°C	1,467–1,469
Йодное число	112–140
Число омыления	188–194
Неомыляемые вещества, %	≤ 1,5

3.3. Требования к упаковке и маркировке

Непальское законодательство⁵ не содержит специальных требований к маркировке или этикетированию. Для таможенного оформления на упаковке и маркировке товаров должны быть четко указаны страна происхождения и страна назначения.

Согласно нормативным требованиям, маркировка пищевой продукции должна содержать основные сведения, такие как номер партии, название продукции, дату изготовления, срок годности, вес, а также информацию о пищевой ценности и способах хранения упакованных продуктов. Информация на этикетке должна быть приведена на непальском или английском языке, чтобы потребители могли без затруднений читать текст.

Департамент контроля качества и пищевых технологий Непала (Department of Food Technology and Quality Control) рассматривает принятие поправок и уточнений к действующим правилам в части упаковочных материалов для твердых и жидких продуктов⁶. Кроме того, для использования этикеток на упакованных продуктах питания требуется получить предварительное разрешение Департамента.



⁵ <https://www.lawcommission.gov.np/en/wp-content/uploads/2018/10/food-act-2023-1967.pdf>

⁶ <https://kathmandupost.com/money/2016/09/12/new-labelling-requirement-for-packaged-food-coming>

Особенности и барьеры входа на рынок



4



Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Процедуры импорта

Регулирование импорта находится в ведении [Министерства промышленности](#) и [Таможенного департамента](#) Министерства финансов Непала. Основные правила при импорте в Непал:

- Для импорта не требуется лицензий, за исключением случаев квотирования или действия запрета на ввоз товаров.
- В целях профилактики болезней растений запрещается импорт отдельных растений и продуктов их переработки из ряда стран. За разрешением на импорт импортеру необходимо обратиться в карантинный офис и представить информацию о целях импорта и налоговом идентификаторе, а также рекомендательные письма от компетентных организаций.
- В рамках государственной программы карантинного контроля [Департаментом сельского хозяйства](#) и семью карантинными станциями проводятся проверки перед выдачей разрешений на импорт.
- Таможенная служба Непала не требует предотгрузочной инспекции товаров, за исключением лекарственных препаратов, растений, шерсти и некоторых промышленных химикатов.
- Таможенная стоимость, указываемая импортером в специальной форме таможенной декларации Непала, является базой для начисления таможенных платежей.
- Размер ввозной пошлины определяется по цене контракта, которая рассчитывается на основе счетов и инвойсов за товар. Требуется обоснование цены контракта.
- Плата за простой не начисляется во время прохождения процедуры таможенной оценки.



Требования к ввозу товаров и сопроводительной документации

Поскольку Непал не имеет выхода к морю, внешняя торговля преимущественно проходит через Индию. Предназначенные для Непала товары ранее поставлялись через порты Халдия и Калькутта в Западной Бенгалии, но с 2016 г. открылся транзит через порт Вишакхапатам в штате Андхра-Прадеш. Из портов грузы перевозятся железнодорожным или автомобильным транспортом на таможенные посты на границе Непала. Возможна воздушная доставка грузов в Непал через аэропорт Трибхуван в Катманду.

Комплект документов зависит от конкретного способа доставки товара в Непал.

Импорт из Индии

Для импорта товаров из Индии необходимы следующие документы:

- документ, подтверждающий полномочия таможенного агента;
- товарная накладная от терминала (для сухопутных контейнерных терминалов в Биратнагаре, Бирганже, Бхайрахаве);
- инвойс;
- форма таможенной декларации Непала;
- упаковочный лист;
- дополнительные документы (карантинный или фитосанитарный сертификат на растения и продукцию растениеводства; результаты лабораторного исследования для пищевых продуктов и др.).

После подачи документов проводится таможенная проверка, определяется размер ввозной пошлины, товары направляются на выпуск.

Импорт из Индии с таможенного склада

При таможенной очистке товаров в режиме таможенного склада оплата за прибывающий груз проводится через банк в конвертируемой валюте. Индийские экспортеры гарантируют контрактное обеспечение для вывоза товаров в Непал. Выдача груза производится на основании коносамента. Данная процедура применяется к импорту ограниченного перечня товаров, который определяется Центральным банком Непала (Nepal Rastra Bank).

Таможенный агент обязан представить следующие документы:

- документ, подтверждающий полномочия таможенного агента;
- форму BBN 4 ЦБ Непала для таможенной очистки товара;
- коносамент и/или товарную накладную;
- подтверждение аккредитива или авансового платежа;
- товарную накладную от терминала (для сухопутных контейнерных терминалов в Биратнагаре, Бирганже, Бхайрахаве);
- инвойс.

Помимо этого, потребуется предоставить специальную форму таможенной декларации Непала для таможенных складов, упаковочный лист и дополнительные документы (карантинный или фитосанитарный сертификат на растения и продукцию растениеводства; результаты лабораторного исследования для пищевых продуктов и др.).

Импорт транзитом через Индию

По прибытии товара на границу Непала импортер или таможенный агент представляют следующие документы:

- форму валютного контроля BBN 4, утвержденную ЦБ Непала для таможенной очистки товара;
- коносамент и/или товарную накладную;
- страховой сертификат (для таможенной оценки);
- подтверждение аккредитива или авансового платежа;
- сертификат страны происхождения (только в случае импорта товаров, подпадающих под специальные тарифные соглашения со страной происхождения);

- оригинал транзитной декларации;
- товарную накладную от терминала (для сухопутных контейнерных терминалов в Биратнагаре, Бирганже, Бхайрахаве);
- свидетельство о регистрации предприятия;
- инвойс;
- документ, подтверждающий полномочия таможенного агента;
- таможенную декларацию Непала (белого цвета);
- упаковочный лист;
- налоговый идентификатор;
- дополнительные документы (карантинный или фитосанитарный сертификат на растения и продукцию растениеводства; результаты лабораторного исследования для пищевых продуктов и др.).

После проверки документов таможенный орган производит оценку применимых пошлин и НДС для оплаты импортером и выпуска товара. Импортер должен представить оригинал таможенной декларации на таможню не позднее, чем через 15 дней с момента выпуска товара из индийского порта.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашение о свободной торговле с Непалом, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО.

Украина, основной экспортер подсолнечного масла в Непал, также выходит на рынок страны по ставке РНБ.

Непал входит в Ассоциацию регионального сотрудничества Южной Азии (SAARC — South Asian Association for Regional Cooperation)⁷. Страны-члены SAARC выходят на рынок страны по льготной ставке ввозных таможенных пошлин на сырое подсолнечное масло. Таким образом, Индия, которая является членом SAARC, поставяет масло в Непал на льготных условиях.

⁷ Страны-члены: Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Мальдивские острова, Непал, Пакистан и Шри-Ланка.

Табл. 10. Ставки ввозных таможенных пошлины Непала в отношении подсолнечного масла

Код ТН ВЭД	Наименование	РНБ, %	SAARC, %
1512 11	Масло подсолнечное или сафлоровое, сырое	10	5
1512 19	Масло подсолнечное или сафлоровое, нерафинированные или рафинированные, но не химически модифицированное	15	15

Источник: [ITC Market Access Map](#)

Нетарифные барьеры

Слаборазвитая инфраструктура

Ввоз грузов в Непал и дистрибуция товаров на территории страны — непростая задача. Страна не имеет выхода к морю. Основной морской порт, в который доставляются грузы, — это Калькутта, расположенный в Индии (около 740 км от границы Непала с Индией). Основные дороги страны проходят через высокогорные районы и неспособны выдерживать большие транспортные потоки, а также могут быть небезопасными для перевозки крупногабаритных грузов. Более того, в стране всего один международный аэропорт.



Организация экспортных поставок



Содержание



5.1.

Логистика

5.2.

Осуществление валютно-финансовых операций

5.3.

Формы присутствия на рынке

5.4.

Защита интеллектуальной собственности

5.1. Логистика

Рис. 17. Доставка подсолнечного масла из России в Непал



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

Единственным возможным способом доставки растительного масла в Непал является морская перевозка до порта Индии Калькутта, (Kolkata) для дальнейшего транзита.

При выборе логистического решения для поставки товаров в Непал через Индию следует исходить из приоритетных задач, решаемых отправителем, с учетом следующих аспектов: формирования партии, заключения договора перевалки и хранения с одним из морских портовых терминалов, фрахтования морского танкера согласно объему проданной партии, согласования срока доставки, стоимости перевозки, безопасности, сложности оформления, вариантов пунктов прибытия, а также особенностей груза.

Транспортировка подсолнечного масла отличается вариативностью упаковки для наливных грузов или фасованной продукции. Перевозки в Непал осуществляются наливом в сухих контейнерах для фасованной продукции. Также возможна отправка 20-футовыми морскими контейнерами во флекситанках.

Контейнерная перевозка масла (фасованная продукция / флекситанк)

Автомобильная перевозка — склад накопления — порт отгрузки (только для фасованной продукции)

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 (товарная накладная, счет-фактура), сертификатами качества.

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

Для накопления продукции, предназначенной для дальнейшего экспорта в Непал, можно использовать любой сухой склад, температура в котором не бывает отрицательной. Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки, либо мест производства товара.

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 обязана 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:

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

Автомобильная перевозка — пункт перехода границы в порту

Перевозка возможна как в контейнерах, так и в автомобилях.

Вместимость 40-футового контейнера для сухого груза составляет до 28 тонн брутто и ограничена нагрузкой на тару и возможностью штабелирования груза. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории России, для доставки тяжелого контейнера можно использовать автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволит распределить массу автопоезда без нарушения правил.

При перевозке контейнера, заполненного флекситанком, необходимо принять меры предосторожности и оборудовать контейнер защитным материалом, препятствующим прорыву флекситанка при транспортировке. Стандартный контейнер для флекситанка — 20-футовый. Вместимость такого флекситанка — от 22 500 до 25 000 литров в зависимости от плотности масла.

Рис. 18. Примеры защиты контейнеров в зависимости от типа перевозки



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

Железнодорожная перевозка

В новых логистических реалиях России активное развитие получает железнодорожный маршрут «Север — Юг» с масштабными инвестициями и существенным увеличением грузопотока. Данный маршрут подразумевает использование портов Ирана для доступа к транспортным маршрутам стран Персидского залива и Аравийского полуострова вплоть до Индии. Уже сейчас организован маршрут до порта Бендер-Аббас в Иране с доставкой туда грузов железнодорожным транспортом.

При отправке по железной дороге используются автономные рефрижераторные контейнеры (контейнеры со встроенным дизель-генератором для обеспечения рефрижераторной установки контейнера электропитанием). Внутренний полезный объем — 61,1 м³, вместимость — до 28 тонн брутто. Также используются стандартные сухие 40-футовые контейнеры.

Отправки производятся со станции «Чехов» (Москва) еженедельно, с тенденцией к увеличению регулярности.

Контейнерная морская перевозка

В связи с санкционной политикой в отношении России единственной судоходной линией, которая осуществляет перевозки из портов Санкт-Петербург и Новороссийск в порт Непала является линия MSC. В связи с отсутствием у Непала выхода к морю, транзитный порт Калькутта (Kolkata) — единственный, через который осуществляются поставки.

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

Табл. 11. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Калькутта (Kolkata)
Санкт-Петербург	57
Новороссийск	73

Сроки и стоимость доставки

Табл. 12. Ориентировочная стоимость комплексной доставки грузов в Непал

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Новороссийск — Калькутта	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	7 400	27	0,27	80–85
Уфа — Новороссийск — Калькутта	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	9 425	27	0,35	80-85
Белгород — СПб — Калькутта	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	7 480	27	0,28	65-70
Уфа — СПб — Калькутта	Автомобиль — судно	40' морской рефконтейнер	8 160	27	0,30	65-70

Примечание. Указаны действующие на 25 января 2024 г. ставки, включая все необходимые расходы: наземная доставка контейнера, фрахт, дизель-генератор, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, отправка оригиналов документов получателю. Ставки рассчитаны по курсу 88,66 руб. за доллар США.

Табл. 13. Ориентировочная стоимость комплексной доставки грузов в Непал

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Новороссийск — Калькутта	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер	6 900	24	0,29	80–85
Уфа — Новороссийск — Калькутта	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	8 950	24	0,37	80-85

Примечание. Указаны действующие на 25 января 2024г. ставки, включая все необходимые расходы: наземная доставка контейнера, фрахт, стоимость флекси-танка и его установка, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, отправка оригиналов документов получателю. Ставки рассчитаны по курсу 88,66 руб. за доллар США.

В перечне ставок указана отправка из Белгорода и Уфы (в этих регионах расположены крупные производства). Оптимальным маршрутом перевозки из указанных регионов может быть любой из перечисленных вариантов, в зависимости от приоритетов выбора: срок доставки, цена, размер грузовой партии, наличие потенциально рискованных транзитных портов, возможность и скорость получения балансового платежа по контракту (часто по факту предоставления коносамента).

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [Постановления Правительства № 1104 от 15 сентября 2017 г.](#) 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 подсолнечного масла 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;
- экспортный ветеринарный сертификат;
- 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 (с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции через различные порты России):
 - [ООО «Суперкарго»](#) (рефрижераторные грузы);

- [ООО «Европак»](#) (флекситанки);
- [ООО «НС-Транс»](#) (фрахтование судов).

2) Сюрвейерские компании:

- [SGS](#);
- [ГК «ТопФрейм»](#);
- [IPC Hormann](#).

3) Контакты морских линий приведены в разделе «Контейнерная морская перевозка».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Экспортеры подсолнечного масла 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;
- c) неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате 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 как с субсидиарного ответчика.

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 по 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 погрузенной 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.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Официальная валюта — непальская рупия. Обменный курс фиксирован в соотношении 1,6 непальских рупий за 1 индийскую рупию. Как следствие, обменный курс непальской рупии в отношении остальных валют (в том числе российского рубля) определяется на рыночной основе, в зависимости от динамики курса индийской рупии. Информация о прямых биржевых торгах валютной парой непальская рупия — российский рубль отсутствует, в связи с чем индикативный курс рубля к непальской рупии рассчитывается методом кросс-курсов с использованием курса рубля к доллару США, а затем — доллара США к непальской рупии.

Регулирование денежно-кредитной политики находится в компетенции Nepal Rastra Bank — Центрального банка Непала. Вопросами валютнообменных операций занимается Департамент управления обмена валюты ЦБ Непала (Foreign Exchange Management Department), на Интернет-сайте которого регулярно размещаются соответствующие нормативно-правовые акты (на непальском языке).

Непальская рупия может конвертироваться в иностранные валюты для целей всех операций по текущему счету. В то же время конвертация происходит в разрешительном порядке, а процесс получения разрешения на конвертацию непальских рупий является достаточно обременительным.

Ввиду жесткой привязки непальской рупии к индийской валюте органы власти Непала динамично корректируют валютные и иные ограничения для регулирования предложения иностранной валюты в стране.

Для проведения выплат любому лицу, проживающему за пределами Непала, требуется разрешение ЦБ Непала. Одобрение ЦБ Непала также требуется для операций по векселям, если получатель платежа проживает за пределами Непала.

Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций. Следует иметь в виду, что большая часть международной торговли Непала осуществляется транзитом через Индию, поскольку Непал не имеет выхода к морю.

К основным документам, необходимым экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций при организации поставок в Непал в случае сухопутного транзита через Индию относятся:

- 1) Заполненная банком-посредником декларация валютного контроля по Форме «ВВН 4» ЦБ Непала
- 2) Товарно-транспортная накладная/поручение на поставку
- 3) Страховой сертификат

- 4) Заверенная копия аккредитива или авансового платежа
- 5) Сертификат происхождения товара (необходим в случае преференциального тарифа)
- 6) Оригинал таможенной транзитной декларации (Customs Transit Declaration, CTD)
- 7) Накладная на поставку от Terminal Management Company (TMC) в случае внутренних контейнерных терминалов (ICD) в Биратнагаре, Биргундже и Бхайрахаве
- 8) Свидетельство о регистрации предприятия
- 9) Счет-фактура
- 10) Письмо с полномочиями для таможенного агента
- 11) Непальская таможенная декларация (белого цвета)
- 12) Упаковочный лист
- 13) Свидетельство о регистрации НДС/PAN
- 14) Отчет об тестировании характеристик шерсти (если применимо)
- 15) Дополнительные документы на конкретный груз, такие как карантин растений/сертификаты здоровья/фитосанитарные сертификаты для растений, протокол лабораторных испытаний для продуктов питания, отчет об анализе химикатов, сертификат здоровья для шерсти-сырья, ветеринарный сертификат для животных и т.д., (если применимо). Поставки говядины и продуктов из нее запрещены.

В случае импорта авиационным путем необходимы:

- 1) Авианакладная
- 2) Форма BBN 4 ЦБ Непала
- 3) Страховой сертификат
- 4) Заверенная копия аккредитива или авансового платежа
- 5) Сертификат происхождения товара (необходим в случае преференциального тарифа)
- 6) Свидетельство о регистрации предприятия
- 7) Счет-фактура

- 8) Письмо с полномочиями для таможенного агента
- 9) Непальская таможенная декларация
- 10) Упаковочный лист
- 11) Свидетельство о регистрации НДС/PAN.

Более подробную информацию по этому и иным вопросам данного раздела можно найти на Торгово-информационном [портале](#) Непала.

Особенности практик применения различных вариантов взаиморасчетов.

Наиболее распространенными способами взаиморасчетов с контрагентами из Непала является безотзывный аккредитив. Правительство Непала не разрешает осуществлять авансовые платежи за товары и отдельные платежи за фрахт при импорте из стран (кроме Индии).

За исключением запрещенных и количественно ограниченных товаров, не существует ограничений на выдачу иностранной валюты для импорта любого вида и количества товаров. Для получения иностранной валюты в коммерческом банке импортер должен получить аккредитив.

Для этого импортер заполняет форму VBN 3 валютного контроля с просьбой к банку открыть аккредитив на имя назначенного российского (зарубежного) поставщика и подает ее вместе с подтверждающими документами. В зависимости от кредитного лимита, санкционированного банком для целей аккредитива, и отношений с банком, импортер обычно обязан депонировать в банке сумму в размере от 10 до 100 процентов от стоимости аккредитива.

Следует обратить внимание, что сделка не обязательно должна проводиться через банки. Банки имеют право выписывать тратты или телеграфные переводы (ТТ) для расчетов по импорту при условии, что непальские импортеры обращаются в банки с документальным подтверждением. Так, значительная часть импорта из Индии осуществляется именно по этой схеме из-за дополнительных расходов, связанных с оплатой через аккредитив.

Более подробную информацию о документах, необходимых для оформления аккредитива рекомендуется уточнять у торговых контрагентов либо в финансовых учреждениях (например по [ссылке](#)).

Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Деятельность по финансированию торговли в Непале разрешено осуществлять коммерческим банкам класса "А". Среди наиболее крупных и надежных банков Непала можно отметить следующие:

Табл. 14. Перечень банков

Банк	Описание	Сайт
Nabil Bank	Основан в 1984 г. Имеет 230 филиалов. Ранее назывался Nepal Arab Bank.	www.nabilbank.com
Global IME Bank	Основан в результате слияния трех финансовых организаций в 2012 г. Один из крупнейших банков Непала.	https://clck.ru/39ZG2h
NIC ASIA Bank	Быстрорастущий коммерческий банк, основан в 1998 г.	www.nicasiabank.com
Nepal Bank Limited	Первый коммерческий банк Непала, основан в 1937 г.	https://nepalbank.com.np

5.3. Формы присутствия на рынке

Экономика Непала, несмотря на сложности с развитием инфраструктуры, в целом укрепляется. Страна обладает большим потенциалом для инвестирования благодаря удачному расположению между двумя наиболее быстрорастущими рынками Индии и Китая. Кроме того, молодое население и растущий средний класс поддерживают появление на рынке страны новых продуктов и услуг.

Для выхода на рынок Непала зарубежные компании часто привлекают местных агентов-представителей. Другой вариант выхода на рынок страны — это создание совместного предприятия или компании.

Особенности ведения бизнеса

Местные агенты работают в качестве торгового представителя экспортера на комиссионной основе. Размер комиссионных варьируется в зависимости от предлагаемых товаров или услуг. Объем работ агента определяется условиями контракта. В ряде случаев агент закупает и хранит товары на складе для перепродажи, занимается маркетингом или осуществляет послепродажное обслуживание продукции.

Дистрибьютор обычно работает с наценкой от 15 до 30%, поэтому размер комиссионных и круг обязанностей (ценообразование, реклама, продвижение товара на рынке, послепродажное обслуживание и т.д.) прописываются в контракте. Эффективнее сотрудничать с местным дистрибьютором при продаже потребительских товаров. Экспортерам настоятельно рекомендуется проводить комплексную проверку (due diligence) при подборе дистрибьютеров и агентов.

Иностранные инвесторы могут осуществлять инвестиции в экономику Непала путем создания совместных предприятий или компаний с иностранным капиталом. Иностранные инвестиции регулируются Законом об иностранных инвестициях и передаче технологий (FITTA). Совместные предприятия могут открываться во многих секторах и, в частности, в свободных экономических зонах. Наиболее перспективными считаются АПК и горнодобывающая отрасль. Более подробная информация об особых экономических зонах представлена в разделе 7.

Совместное предприятие может быть образовано в форме общества с ограниченной ответственностью — юридическими лицами или в форме партнерства — физическими лицами.

Регистрация компании

Коммерческое предприятие может быть зарегистрировано в Непале в качестве частной компании с ограниченной ответственностью (private limited company), публичной компании с ограниченной ответственностью (public limited company) или компании без распределения прибыли (non profit distributing).

Зарубежные компании чаще всего выбирают форму частной компании в силу следующих преимуществ:

- ограниченная ответственность;
- самостоятельная правосубъектность;
- отсутствие необходимости ежегодного/периодического продления.

Табл. 15. Формы бизнеса для иностранных инвесторов в Непале

Организационно-правовая форма	Характеристика организации
Частная компания с ограниченной ответственностью	Частная компания обычно используется для создания малого и среднего бизнеса. Число акционеров не должно превышать 50, но требуется как минимум 1 директор и 1 акционер. Акции передаются только акционерам компании.
Публичная компания с ограниченной ответственностью	Для создания публичной компании необходимо не менее 7-ми акционеров и 3-х директоров. Акции свободно обращаются. Минимальный размер уставного капитала — 1 млн рупий.

Примечание. Корпоративный налог составляет 25%. НДС имеет обычную ставку 13%.

Действующее законодательство об иностранных инвестициях не запрещает иностранные инвестиции через иную форму организации бизнеса. Однако на практике разрешение на иностранные инвестиции выдается в основном только компаниям.

Для открытия компании в Непале следует пройти следующие шаги:

1) Лицензирование.

Разрешения/лицензии на ведение бизнеса необходимо получить от:

- [Департамента промышленности](#);
- [Департамента развития электроэнергетики](#);
- [Департамента сельского хозяйства](#);
- [Департамента дорожного хозяйства](#).

2) Регистрация компании.

Регистрация осуществляется через официального регистратора (Office of the Company Registrar) в Министерстве промышленности, торговли и снабжения (Ministry of Industry, Trade and Supplies). Подробная информация представлена на [сайте](#) регистратора. Процедура регистрации в среднем занимает 10 дней.

3) Регистрация в Налоговой службе (Inland Revenue Department).

Постановка на налоговый учет и получение постоянного номера налогоплательщика PAN производится онлайн на [сайте](#) Налоговой службы. Для регистрации потребуются основные данные (дата регистрации компании, регистрационный номер, место регистрации, дата начала ведения бизнеса), паспорт генерального директора или управляющего, а также рекомендательное письмо от местной [торговой палаты](#).

4) Открытие банковского счета.

Иностранным инвесторам необходимо открыть валютный счет в центральном банке Непала [Nepal Rastra Bank](#).

Для иностранных инвесторов и экспортеров много полезной информации представлено на [портале](#) Nepal Trade Information Portal. Портал создан Центром содействия торговле и экспорту (Trade and Export Promotion Centre) при Министерстве промышленности, торговли и снабжения Непала как «единое окно» для получения необходимой информации по правилам и процедурам внешнеторговой деятельности.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

В Непале охрана и защита объектов интеллектуальной собственности в основном регулируется [Законом о патентах, промышленных образцах и товарных знаках](#). Непал подписал [Парижскую конвенцию](#) по охране промышленной собственности и Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности ([ТРИПС](#)).

Табл. 16. Охрана интеллектуальной собственности в Непале

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
Патент Закон о патентах, промышленных образцах и товарных знаках	7 лет (с продлением на 7 лет)	Парижская конвенция по охране промышленной собственности
Товарный знак Закон о патентах, промышленных образцах и товарных знаках		

Регистрация товарного знака

При выходе на рынок страны рекомендуется зарегистрировать товарный знак как эффективный способ защиты бренда от незаконного использования и копирования.

Товарные знаки в Непале могут обозначаться следующими символами:

- ™ — незарегистрированный товарный знак, который используется для маркетинга или маркировки товаров;
- SM — незарегистрированный знак обслуживания, который используется для маркетинга или маркировки услуг;
- ® — зарегистрированный товарный знак.

Товарный знак — это слово, символ, изображение или их комбинация для отличия товаров и услуг одного производителя от товаров или услуг, выпускаемых или предоставляемых другими производителями. Перед подачей заявки на регистрацию товарного знака рекомендуется провести поиск тождественных/схожих знаков в [реестре](#) Департамента промышленности Непала. Такая проверка не является обязательной, но позволяет убедиться, что регистрация и использование вашего знака не нарушит права третьих лиц

В Непале существует два вида заявки на регистрацию товарного знака:

- обычная заявка (может быть подана только в одном классе МКТУ⁸);
- заявка с установлением приоритета по заявке, поданной в одном из государств-участников Парижской конвенции. Для регистрации товарного знака понадобятся следующие документы:
- заявка на регистрацию;
- копия регистрации/лицензии предприятия в отношении продукции или услуги, для которой используется или будет использоваться товарный знак;
- четыре экземпляра изображения заявленного знака;
- доверенность на представителя заявителя (если выступает от имени правообладателя);
- заверенная копия свидетельства о регистрации за рубежом и адрес для вручения уведомлений в Непале (если заявителем является иностранец);
- квитанция об оплате госпошлины.

Обычный порядок регистрации товарного знака в Непале предусматривает подачу заявки в Департамент промышленности. В случае рассмотрения и принятия заявки к регистрации сведения о правообладателе вносятся в реестр и выдается свидетельство на товарный знак. Заявление о продлении срока действия исключительного права должно быть подано в течение 35 дней с даты истечения указанного срока.

Регистратор может отклонить или опротестовать заявку на том основании, что знак уже зарегистрирован на другое лицо, затрагивает общественные интересы или деловую репутацию третьих лиц, нарушает нормы международного права в сфере промышленной собственности. Кроме того, охрана товарного знака может быть прекращена, если знак не использовался в течение одного года.

Во втором случае, чтобы воспользоваться правом **конвенционного приоритета** в отношении заявки на товарный знак, заявитель должен подать заявку в непальское ведомство по интеллектуальной собственности до истечения шести месяцев со дня подачи заявки в государстве-участнике Парижской конвенции и представить заверенную копию первой заявки. При этом дата регистрации знака в Непале будет совпадать с датой подачи заявки в государстве-участнике Парижской конвенции.

⁸ Заявка на товарный знак может быть подана по 45 классам Международной классификации товаров и услуг. Из них с 1 по 34 — классы товаров, с 35 по 45 — классы услуг.

Департамент промышленности Непала может опубликовать для всеобщего ознакомления сведения о зарегистрированных знаках и заявлениях в отношении их продления или прекращения. Срок опротестования — 35 дней с даты публикации.

Защита товарного знака

В случае нарушения зарегистрированных товарных знаков или использования товарных знаков, охрана которых была прекращена, Департамент промышленности может применить следующие меры:

- наложить штраф;
- изъять все товары, связанные с нарушением исключительного права;
- возместить (в разумном размере) убытки правообладателя.

Регистрация доменного имени

Одним из способов защиты бренда в Непале является регистрация в домене .NP. Регистрация доступна частным лицам и организациям, ведущим деятельность на территории страны. Запрашиваемый домен должен полностью совпадать с сокращением или аббревиатурой названия товарного знака и содержать не менее трех символов. Домены регистрируются по принципу первой заявки. На сайте регистратора можно проверить наличие доменного имени в реестре.

Корпорация по управлению доменными именами и IP-адресами (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers, ICANN) отвечает за администрирование доменов верхнего уровня. Единая политика разрешения споров (Uniform Dispute Resolution Policy, UDRP) предусматривает урегулирование споров в отношении общих доменов верхнего уровня, таких как .com, .edu, .net и др. Жалобы в рамках UDRP могут быть поданы в любой из арбитражных центров, аккредитованных ICANN, или в суд по гражданским делам по месту нахождения заявителя.

Продвижение продукции



6



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Ценовой фактор

Цена является ключевым критерием выбора подсолнечного масла у покупателей Непала. Спрос на выбор вида растительного масла, в том числе подсолнечное масло, в Непале сильно зависит от колебаний цен и доступности на рынке. С учетом того, что средняя цена за литр подсолнечного масла местных брендов в рознице в пакете флоу пак — 2,2–2,6 долл. США, экспортеру рекомендуется провести анализ на предмет возможного спроса со стороны покупателей в данном ценовом диапазоне, учитывая, что крупнейшими конкурентами на рынке будут Украина, Аргентина, Индия, Малайзия — совокупная доля которых в 2022 г. достигла 96,8% от импорта подсолнечного масла Непала в натуральном выражении и 96,7% в стоимостном. Средняя стоимость российской продукции ниже большинства конкурентов — 1 452 долл. США за тонну. Тогда как средняя импортная цена украинского подсолнечного масла для непальских импортеров составила 1 424 долл. США за тонну, что на 3,3% ниже средней рыночной и ниже на 1,9% цены российских поставщиков. В 2022 г. объем поставок подсолнечного масла из России в Непал составил 2,4 тыс. тонн на сумму 3,5 млн долл. США. Таким образом, конкурентные цены являются одним из ключевых факторов для расширения российского присутствия на рынке Непала.

Диверсифицированный формат присутствия

Учитывая зависимость внутреннего рынка подсолнечного масла и предприятий-переработчиков Непала от импортного подсолнечного масла, рекомендуется наладить сотрудничество с местными торговыми компаниями и/или напрямую с переработчиками. Особенность внутреннего рынка Непала — это географическое положение и тесные экономические связи Непала с Индией, для снижения рисков целесообразно придерживаться стратегии диверсификации контрагентов и торговых партнеров, чтобы при сбое поставок через одни каналы, можно было рассчитывать на другие каналы сбыта продукции. Также необходимо вести работу по обеспечению стабильного и бесперебойного получения заявок от покупателей. Таким образом, платформой для выхода на рынок Непала может выступать сотрудничество с индийскими компаниями, которые давно работают с непальскими переработчиками. Например, компания Ganapati Vanaspati, которая запустила в Непале полностью интегрированный рафинационный завод с современным оборудованием и поставками сырья из Индии.

Учет особенностей деловой культуры

Учитывая особенности деловой культуры в Непале — высокую иерархичность и формализованный характер, рекомендуется выстраивать доверительные отношения непосредственно с высшим руководством компаний, ориентируясь на построение долгосрочных деловых связей и заключать договоры на дли-

тельный период времени. Импортёры, как правило, предпочитают работать с проверенными временем участниками рынка, поэтому ключевым фактором успеха — установление партнерских отношений. Для этого могут потребоваться достаточно длительные переговоры, личные встречи и детальное обсуждение всех условий поставки продукции. При личных встречах, телефонных разговорах и онлайн-конференциях необходимо учитывать особенности менталитета и ведения бизнеса в стране. В общении с непальскими партнерами важно проявлять терпение, поскольку переговоры с ними обычно затягиваются. Кроме того, стараясь добиться своих целей, непальцы склонны говорить уклончиво. Важно помнить, что такие факторы как цена и качество, поставляемой продукции являются основополагающими для ведения бизнеса в Непале.

Учет потребительских предпочтений

На внутреннем рынке востребованы пищевые растительные масла (преимущественно пальмовое, соевое и подсолнечное), которые реализуются в пакетах флоу пак объемами 500 мл, 1 л поштучно или в коробках от 10 штук, а также в ПЭТ-бутылках 500 мл, 1 л. Кроме того, при закупках домохозяйств на длительный период, обычно предпочтения отдаются ПЭТ-бутылкам и/или пластиковым канистрам объемом 2 л и 5 л. Поэтому следует руководствоваться потребительскими предпочтениями к форме и размеру упаковки при выходе на рынок Непала, а также важно установить конкурентную цену на импортное масло, так как оно будет конкурировать с локальными и индийскими брендами, которым доверяет покупатель.

Участие в крупных выставках

Экономико-географическое положение Непала (близость к Индии) способствует присутствию большого количества участников среди индийских компаний, которые могут стать потенциальными партнерами для выхода на рынок Непала. Производителям и экспортерам полезно участвовать в отраслевых выставках для продвижения своей продукции, налаживания контактов и партнерства, что может также помочь выходу на рынки других стран региона.

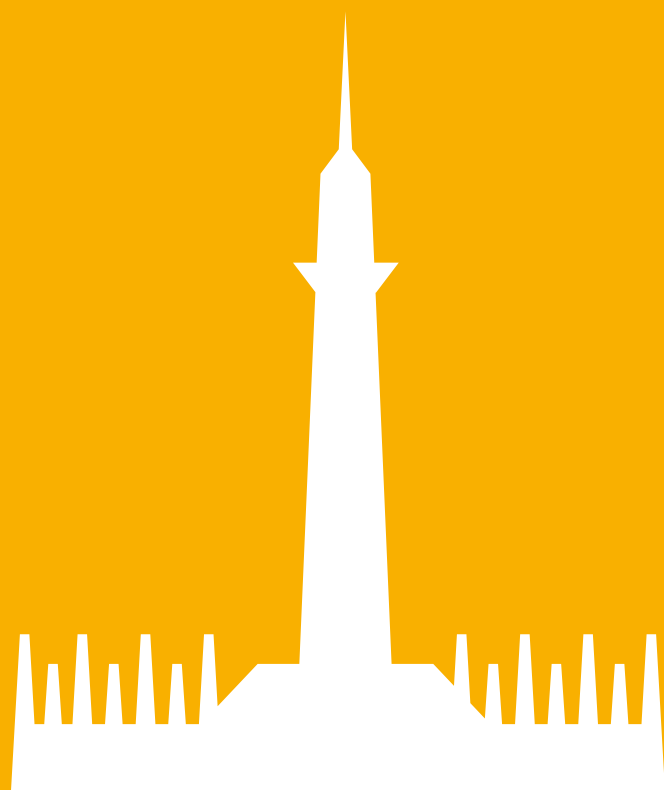


6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p>International Conference on Renewable, Environment and Agriculture (ICREA)</p> <p>Международная конференция по возобновляемым источникам энергии, окружающей среде и сельскому хозяйству</p> <p>http://sarc.net.in/Conference/22296/ICREA</p>	<p>Катманду The Everest Hotel</p>	05–06.01.2024
<p>Nepal F&B International Expo</p> <p>Международная выставка продуктов питания и напитков</p> <p>https://nepalfoodexpo.com</p>	<p>Катманду Bhrikutimandap Exhibition Hall</p>	26–28.01.2024
<p>Nepal Agritech International Expo</p> <p>Выставка новейших средств производства, продуктов, услуг и технологий в сфере сельского хозяйства</p> <p>https://nepalagritech.com.np</p>	<p>Бхаратпур Chitwan Expo Centre</p>	26–28.01.2024
<p>Food & Beverage and Hospitality Exhibition Nepal</p> <p>Международная выставка продуктов питания, напитков и сектора общественного питания</p> <p>www.fbhnepal.com</p>	<p>Катманду Bhrikutimandap Exhibition Hall</p>	12–15.09.2024

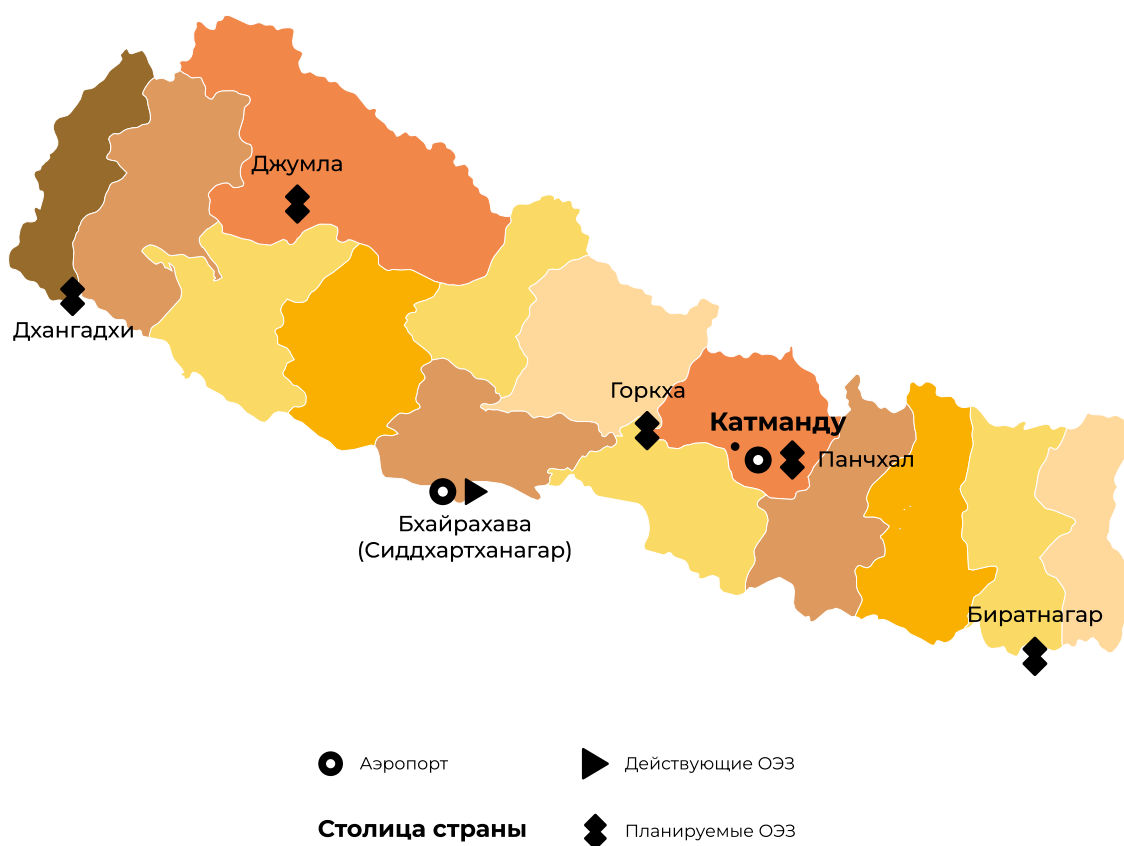
Особые экономические зоны





После принятия в октябре 2016 г. в парламенте Непала [Закона об ОЭЗ](#) были разработаны планы по созданию на территории страны нескольких зон с целью ускорения регионального развития, увеличения числа рабочих мест и стимулирования экспорта промышленной продукции. Положения Закона об ОЭЗ направлены на решение актуальных для экспортеров вопросов, связанных с отсутствием свободных земель, плохой инфраструктурой, высокой стоимостью рабочей силы и административными задержками.

Рис. 19. Основные особые экономические зоны Непала



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.

Сектор экспортной промышленности Непала может стать одной из основных движущих сил экономики страны. Значительное расширение экспортоориентированной промышленности может стать основой общего экономического развития страны, что будет зависеть от национального инвестирования, а также от привлечения иностранных инвестиций. Развитие экспортных отраслей и диверсификация экспортных рынков являются основными факторами, которые могут внести существенный вклад в развитие экономической деятельности и, таким образом, в общее повышение уровня жизни людей. Правительство Непала (GoN) приняло концепцию Особая Экономическая Зона (ОЭЗ) для

привлечения иностранных и отечественных инвесторов для инвестирования и создания промышленных и бизнес-единиц, которые внесут существенный вклад в экономическое развитие страны.

В перечень особых экономических зон Непала входят: Bhairahawa SEZ (действующая), Simara Sez/Simara GPZ (на стадии проекта и привлечения инвестиций), PANCHKHAL SEZ (на стадии строительства), Biratnagar SEZ (на стадии проекта), Nuwakot SEZ (завершено технико-экономическое обоснование), Nepalgunj SEZ (завершено технико-экономическое обоснование), Rautahat SEZ (на стадии проекта), Gorkha SEZ (завершено технико-экономическое обоснование), Talban SEZ (завершено технико-экономическое обоснование), Siraha SEZ (на стадии проекта), Dhangadi SEZ (завершено технико-экономическое обоснование), Dhanusha SEZ (завершено технико-экономическое обоснование), Jumla SEZ (на стадии проекта), Jhapa SEZ (на стадии технико-экономического обоснования).

На данный момент в стране действует одна ОЭЗ — Бхайрахава/Сиддхартханагар (Bhairahawa SEZ)⁹, открытая в 2003 г. и модернизированная в 2017 г. ОЭЗ расположена на территории 38,8 га и разделена на 69 участков для аренды площадью от 1 500 до 3 700 м².

Согласно Закону об ОЭЗ, инвесторам предоставляются:

- Льготы на аренду. Скидки на аренду земли и зданий действуют в течение первых трех лет: 1-й год — 50%, 2-й год — 40%, 3-й год — 25%.
- Льготы по налогу на прибыль. Резиденты ОЭЗ освобождаются от налога на прибыль в течение первых пяти лет с момента начала реализации продукции, а также получают 50% скидку на последующие пять лет. Компании, использующие в производстве не менее 60% отечественного сырья, могут продлить 50% скидку еще на десять лет.
- Льготы по налогу на дивиденды. Резиденты ОЭЗ освобождаются от налогов на дивиденды в течение первых пяти лет с момента начала продаж продукции компании. На последующие три года действует скидка в размере 50%.
- Освобождение от НДС. Резиденты не платят НДС на экспортируемые товары и услуги, а также на импортируемые или сырьевые материалы и готовую продукцию.
- Освобождение от уплаты таможенных пошлин. Резиденты имеют право на освобождение от таможенных пошлин на:
 - сырье, упаковку и другие материалы, используемые для производства экспортной продукции;

⁹ <https://clck.ru/39ZKaD>

- основные средства и запасные части, а также на транспортные средства в количестве не более трех единиц.

Однако ОЭЗ не стала популярной среди инвесторов. В 2017 г. 22 компании подали заявки и получили разрешение на резидентство. По состоянию на 2024 г. действуют только 7 из НИХ:

- Shakti Minerals (добыча и переработка известняка);
- Brilliant Lights (сборка светодиодных ламп);
- Vistar Global (производство стальной утвари)
- Panchakanya S.S Exports (одна из крупнейших промышленных компаний Непала. Специализация: сталь и продукция из стали, пластмассы и продукты из них, готовая бетонная смесь, строительные продукты, газовые баллоны, битум и продукты из битума, а также гидроэнергетика)
- Yes Polymers (пластмасса и продукты из полимеров)
- Jay Budhhha Metal Crafts (производство продуктов из металла)
- Tirupati (НИОКР в области медицины, производство и дистрибуция медицинских товаров)

Непопулярность ОЭЗ среди инвесторов объясняется рассогласованностью между государственными учреждениями и отсутствием «единого окна» для получения услуг. Кроме того, здесь нет таможенного пункта для экспортно-импортных операций.



Особенности деловой культуры



8



Непальцы достаточно консервативны, поэтому и деловая культура страны очень иерархична и формализована. Большинство решений принимается руководителями без значительного участия подчиненных, хотя в отдельных случаях из этого правила все же делаются исключения.

Планирование и проведение встреч

Хорошие личные отношения и доверие очень важны для налаживания делового сотрудничества. Обсуждению дел, как правило, предшествует небольшая светская беседа, в ходе которой непальские партнеры могут задавать вопросы частного порядка, например о семье, детях, образовании, связях, образе жизни, предпочтениях в еде, вашей стране.

Непальцы охотно поддержат разговор на темы, связанные с культурой, природой, развлечениями (в частности, о кино и музыке), хобби, национальной и зарубежной кухне. Однако не стоит затрагивать острые социальные вопросы, такие как бедность, коррупция, гендерное и имущественное неравенство. Непальцы знают проблемы своей страны, но не любят обсуждать их с иностранцами, особенно в критическом ключе. Не рекомендуется касаться вопросов политики, религии, кастовой системы, источников дохода и не следует сравнивать непальцев с индийцами.

Встречи редко проходят строго по расписанию, поэтому обычно начинаются и заканчиваются позже назначенного времени. Небольшое опоздание не считается невежливым, однако пунктуальность и обязательность производят на непальцев хорошее впечатление и высоко ценятся.

Телефонные звонки, разговоры на отвлеченные темы во время деловых встреч — в порядке вещей. Однако не следуйте примеру непальских коллег и постарайтесь не отвлекаться на общение по телефону.

Расстояние комфортного общения между мужчинами обычно составляет длину вытянутой руки, но иногда может быть и немного меньше. При беседе мужчины и женщины оно увеличивается. Равные по статусу собеседники одного пола поддерживают во время беседы прямой, но не интенсивный зрительный контакт. При общении мужчины и женщины принят непрямой зрительный контакт.

Не следует сидеть, закинув ногу на ногу, или в иной позе, когда видны подошвы. Во время еды, а также, принимая и передавая предметы, в том числе визитные карточки, используйте правую руку.

Этикет приветствия

В деловой сфере среди непальских мужчин принято традиционное приветствие *намасте* — нужно соединить ладони пальцами кверху примерно на уровне груди и слегка поклониться, произнося «*намасте*», что означает «приветствую бога в вас», причем глубина поклона зависит от статуса приветствуемого.

Затем следует обмен легкими рукопожатиями. С иностранными гостями обычно происходит только обмен рукопожатиями. Не сжимайте руку непальского партнера слишком сильно — это может быть воспринято как признак агрессивности. Между людьми разного пола рукопожатие допустимо только в том случае, если первой инициативу проявит женщина. Однако чаще всего непальские женщины при встрече с коллегой-мужчиной предпочитают ограничиваться приветствием *намасте*.

Статус в Непале имеет большое значение и определяется возрастом, образованием, социальным положением, должностью, профессией. Если непальскую сторону на встрече представляют несколько человек, сначала поздоровайтесь с самым старшим или самым высоким по рангу. Почетные, профессиональные, академические титулы и звания называются вместе с именем или фамилией. Особым уважением пользуются степени «доктор» и «профессор». При отсутствии регалий приняты европейские обращения «мистер», «мисс», «миссис» и подчеркнута вежливые «сэр» и «мадам». К руководителям тоже можно обращаться «сэр» или «мадам».

Стиль одежды

На бизнес-встречи следует одевать классические деловые костюмы. Для мужчин обязателен галстук. У женщин парой к пиджаку могут быть брюки или длинная юбка.

Подарки

В Непале принято дарить подарки, но они не должны производить впечатление взятки. Их следует преподносить в красивой упаковке. В непальских учреждениях принято дарить коллегам и зарубежным партнерам «символы любви». Подарки нужно принимать и вручать правой рукой или двумя руками.

Визитные карточки

Обмен визитными карточками — широко распространенная практика, поэтому всегда имейте при себе запас визиток. Обычно визитками обмениваются после приветствия партнеров. Визитные карточки принято печатать на английском языке, двухсторонние карточки с текстом на английском и непальском языках встречаются редко. На визитке следует указать должность, академические звания, ученые степени, профессиональные квалификации (при их наличии).

Деловое общение

При деловых контактах ожидается вежливое и учтивое поведение со стороны всех участников. В Непале личные встречи и общение по телефону значительно продуктивнее и надежнее, чем общение по электронной почте или посредством SMS.

Непальцы очень осторожно относятся к вопросам соблюдения иерархии при взаимодействии на личном и деловом уровнях. Поэтому в большинстве случаев язык письменных обращений и форма приветствия очень официальные.

Наберитесь терпения, поскольку переговоры с непальцами обычно бывают долгими. В непальском обществе не принято громко и эмоционально высказываться, смело и решительно отстаивать свои позиции. Предпочтительной является спокойная, мягкая речь и обходительная манера поведения. Непальцы деликатны в общении и склонны говорить уклончиво. Они нередко повторяют одну и ту же мысль разными словами, каждый раз добавляя новые детали, но не называя при этом вещи своими именами. Такой стиль общения обусловлен не хитроумной стратегией, а стремлением избежать конфронтации или обид. Уловки, махинации и обман на деловых встречах в Непале мало распространены.

Непальцы нередко делают достаточно длинные паузы в разговоре. К молчанию в этой культуре в целом относятся хорошо. Нет необходимости поспешно прерывать такие паузы.

Слушая собеседника, непальцы из вежливости обычно кивают или произносят «да». Однако это далеко не всегда означает полное согласие или одобрение. Желая избежать противостояния, вместо однозначного конкретного «нет» непальцы зачастую предпочитают обтекаемые ответы. Поэтому принятые решения не следует считать окончательными, пока они не будут подкреплены официальным документом.

В личной и деловой жизни непальцев очень большое значение имеет символика. На рабочем месте у многих можно увидеть религиозные символы, например знак индуистской свастики, который, как считается, приносит удачу в делах.

В Непале очень важны полезные знакомства. Деловые взаимоотношения часто строятся на основе родственных и дружеских связей, поскольку считается, что это гарантирует доверие.

Английский язык довольно распространен в бизнес-кругах, но иногда может потребоваться переводчик.

Праздники и рабочие дни

В непальских государственных учреждениях и банках принята шестидневная рабочая неделя с одним выходным — субботой.

В стране используется самватский календарь, который примерно на 56 лет и 8,5 месяцев опережает григорианский. Продолжительность непальских календарных месяцев меняется из года в год в диапазоне от 29 до 32 дней. Новый 2081 г. по непальскому календарю начнется 13 апреля 2024 г.

В Непале очень много праздников. Это обусловлено культурным, этническим и религиозным разнообразием населения страны. Ежегодно правительство утверждает список общенациональных праздников. Два самых больших праздника — Дашайн¹⁰ и Тихар¹¹ в 2024 г. приходятся на октябрь-ноябрь.

Помимо государственных существуют региональные и конфессиональные праздники, которые имеют статус выходных. Новый год тибетские народы Непала отмечают в разные даты. Так, 2024 г. первыми встречают 30 декабря гурунги (праздник Таму Лосар), у тамангов 10 февраля наступает Сонам Лосар, а у шерпов 11 марта — Гьялпо Лосар. Во многих регионах страны отмечается веселый, яркий весенний праздник Холи (Фалгу Пурнима), который в 2024 г. приходится на 24/25 марта. Наиболее значимые праздники внутрiconфессионального уровня отмечаются в 2024 г. в следующие дни: Будда Джаянти (Будда Пурнима)¹² — 23 мая; Шри Кришна Джанмаштами (день явления Кришны) — 26 августа; Рамджан Эдул Фикра (Ид аль-Фитр, праздник окончания Рамадана) — 10 апреля; Эдул Ааджха (Ид аль-Адха, праздник жертвоприношения) — 17 июня; Рождество — 25 декабря.

Планируя деловой визит в Непал, учитывайте нерабочие праздничные дни.



¹⁰ Индуистский праздник победы богов над демонами. В эти дни родственники собираются вместе для общения и укрепления семейных связей.

¹¹ Индуистский праздник огня, символизирующий победу света над тьмой, добра над злом.

¹² Буддийский праздник в честь дня рождения, просветления и ухода в нирвану Будды Шакьямуни. Все три события принято отмечать в один день — на майское полнолуние.

Табл. 17. Государственные праздники Непала в 2024 г.

Праздник	Дата
Маге Санкранти ¹³	15 января
Раштрия Праятантра Дивас (День демократии)	19 февраля
Международный женский день	8 марта
Маха Шиваратри (Праздник в честь бога Шивы)	8 марта
Непальский Новый год (Навабарша/Вайсакхи)	13 апреля
Международный день труда	1 мая
Ганатантра Дивас (День Республики)	29 мая
Джанай Пурнима ¹⁴	19 августа
День Конституции (Самвидхан Дивас)	19 сентября
Гхатастхапана (первый день праздника Дашайн)	3 октября
Пхулпати, Маха Аштами, Маха Навами, Виджая Дашами / Дашайн Тика и Папанкуша Экадаши (День очищения) — выходные дни в праздник Дашайн	10-15 октября
Лакшми Пуджа, Гай Пуджа, Мха Пуджа / Говардхан Пуджа и Бхаи Тика — выходные дни в праздник Тихар	31 октября – 4 ноября
Чхат Парва ¹⁵	7 ноября

¹³ Индуистский праздник, посвященный проводам зимы и встрече весны.

¹⁴ Праздник почитания бога Шивы. В этот день совершаются ритуальные омовения, очищающие от грехов, и смена джаная — священного шнура на запястье.

¹⁵ Праздник поклонения солнцу, время физического и духовного очищения, когда люди собираются вдоль берегов рек и водоемов для совершения молитв.

Преимущества и риски осуществления поставок





Содержание

9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Зависимость от импорта подсолнечного масла

В Непале полностью отсутствует выращивание и промышленная переработка семян подсолнечника. Весь объем потребления подсолнечного масла формируется за счет импортных поставок, при этом прогнозируется, что зависимость рынка от импорта сырого подсолнечного масла в среднесрочной перспективе усилится, особенно на фоне роста численности населения страны.

Потенциал экономического развития страны и рост потребительского спроса

Несмотря на сложности с развитием инфраструктуры, экономика Непала в целом демонстрирует развитие. Страна обладает большим потенциалом для инвестирования благодаря удачному расположению между двумя крупнейшими быстрорастущими рынками — Индии и Китая, которые вместе с этим, являются крупнейшими инвесторами экономики Непала. Кроме того, молодое население и расширение среднего класса поддерживают появление на рынке страны новых продуктов и услуг.

Диверсифицированные пути выхода на рынок

Главным торговым партнером Непала является Индия. В перспективе она может стать площадкой выхода на рынок Непала. Однако значимым представляется и использование Непала для реэкспорта в Индию. Так, в соответствии с рамочным соглашением о Зоне свободной торговли в Южной Азии (SAFTA) и торговому договору между Индией и Непалом, импорт из последнего в первую очередь пользуется льготами в виде нулевых пошлин¹⁶. Это в свою очередь стимулирует производителей перенаправлять свои пищевые масла через Непал, где они проходят этап рафинирования, тем самым соблюдая правила происхождения в рамках вышеупомянутых соглашений. Это позволяет беспошлинно экспортировать масло на индийский рынок.

¹⁶ India's edible oil imports from Nepal: Policy implications of current tariffs and free trade agreements // International Food Policy Research Institute. URL: <https://clck.ru/39ZMhW>

Открывающаяся возможность занять новые ниши на рынке

Основными поставщиками подсолнечного масла в Непал на протяжении нескольких лет являются Украина, Аргентина, Россия, Малайзия, Индия, на долю которых в 2022 г. пришлось почти 100% от общего объема импорта подсолнечного масла Непала. В 2022 г. Украина существенно сократила объем поставок подсолнечного масла в Непал (-36,5% к 2021 г.). Согласно данным ITC Trade Map, в 2023 г. объем поставок подсолнечного масла из Украины в Непал был незначительным. Таким образом, на этом фоне у российских производителей появляются дополнительные возможности по увеличению экспорта в Непал.

9.2. Риски

Низкий уровень доходов населения

В стране сохраняется большой процент граждан с низким уровнем доходов. Порядка 15,1% населения страны живет за чертой бедности, причем только 12,3% жителей городских районов имеют низкий уровень индекса многомерной бедности (MPI) по сравнению с 28% жителей сельских районов. Самый высокий показатель индекса среди бедных отмечается в провинции Карнали — 39,5%, в провинции Судурпазим — 25,3%, в провинции Мадхеш — 24,2%. Платежеспособный спрос на подсолнечное масло со стороны непальского населения сконцентрирован в основном в городских агломерациях — Катманду, Дхаране, Биртамоде и Аргаханчи. Более того, большая часть домохозяйств сильно зависит от денежных переводов из-за границы, в связи с чем возможное замедление экономического роста в странах, являющихся основными направлениями трудовой миграции непальцев, оказывает негативное влияние на доходы населения и ограничивает потребительский спрос товарами первой необходимости.

Рост инфляции

Согласно данным центрального банка страны, с 2022 г. в Непале фиксируются более высокие темпы инфляции, что потенциально может привести к снижению покупательной способности домохозяйств.

Высокая конкуренция

Последнее десятилетие лидером поставок сырого подсолнечного масла в Непал является Украина. В 2022 г. доля украинских поставщиков в общем объеме импорта подсолнечного масла страны составила почти 87,5% в натуральном и 84,6% в стоимостном выражении. Большинство непальских импортеров являются одновременно переработчиками (рафинация и фасовка масла), которые длительное время взаимодействуют с украинскими поставщиками. Таким

образом, налаженные связи в стране и/или с индийскими компаниями, работающими на рынке Непала, являются основными конкурентными преимуществами действующих экспортеров подсолнечного масла.

Бюрократия и проблемы защиты интеллектуальной собственности

Бюрократия, несовершенная и непрозрачная правовая система, а также другие факторы осложняют ведение бизнеса в стране. Например, для официальных процедур в Непале до сих пор часто требуются заполненные от руки бланки, личные подписи, традиционные печати и нотариально заверенные документы.

Непальские нормативно-правовые акты об интеллектуальной собственности устарели, неэффективны и не всегда работают. Из-за большого отставания от современного мирового законодательства в области интеллектуальной собственности Непал сталкивается с серьезными проблемами в предотвращении продаж контрафактных товаров.

Географическая доступность

Республика не имеет выхода к морю и расположена вдали от основных международных транспортных маршрутов. Труднопроходимый горный рельеф, покрывающий большую часть страны, и высокая сейсмическая активность серьезно ограничивают развитие транспортно-логистической инфраструктуры страны. Отсутствие развитого дорожного сообщения также ограничивает доступ отдаленных сообществ к крупным рыночным центрам Непала.



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/рынки.
- 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 России, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Непал (см. раздел 3 «Требования и стандарты на продукцию» и раздел 4 «Особенности и барьеры входа на рынок»)

- 1) Получение санитарного сертификата для подсолнечного масла у уполномоченного органа Федеральной службы по ветеринарному и фитосанитарному надзору (Россельхознадзора).
- 2) Оформление прочих документов на соответствие требованиям стандартов Непала.
- 3) Таможенное оформление экспорта.

По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории России.

Контактная информация



11



Содержание

11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
K.L. Dugar Group	Импорт / переработка	Адрес: Charkhal, Dillibazar, Kathmandu, Nepal, P.O. Box 1991 Тел.: +977 1 443 991 E-mail: info@kldugargroup.com Сайт: www.kldugargroup.com
Ganapati Vanaspati	Импорт / переработка	Адрес: : Lucky Tower, Tripureshwor, Kathmandu, Nepal, P.O. Box 2337 Тел.: +977 1 411 7246 E-mail: ganapati@atcmail.com; connect@luckygroupnepal.com Сайт: https://luckygroupnepal.com
Shree Shiv Shakti Ghee Udyog	Импорт / переработка	Адрес: : 6th Floor, Signature Apartment II, Sahid Sukra Raj Marg, Teku, Kathmandu, Nepal (Shiv Shakti Group (SSG) Head Office) Тел.: +977 1 410 0041 E-mail: ssgu@gadia.com.np Сайт: https://clck.ru/39ZNeR
Shree Shiv Shakti Oil Mill	Импорт / переработка	Адрес: Plot No 12, Patel Falia, Village Chala, Vapi — 396191 Тел.: +91 99251 03234 E-mail: shreeshivshaktioil@gmail.com Сайт: https://shivshaktinepal.com
Nimbus Holdings	Импорт / переработка / дистрибуция	Адрес: KUK Building, 3rd Floor, Sinamangal-10, Kathmandu 44604, Nepal, P.O. Box 5751 Тел.: +977 1 446 7791 E-mail: corporate@nimbusnepal.com Сайт: www.nimbusnepal.com
Chaudhary Group	Импорт / переработка	Адрес: Chaudhary House, Sanepa, Lalitpur, Kathmandu, Nepal, P.O. Box 1073 Тел.: +977 1 552 2330 / 552 9273 E-mail: info@chaudharygroup.com Сайт: https://chaudharygroup.com
Adani Wilmar	Импорт / переработка	Адрес: Fortune House, Nr Navrangpura Railway Crossing, Ahmedabad 380 009, Gujarat, India Тел.: +91 79 2645 5650 E-mail: info@adaniwilmar.in Сайт: www.adaniwilmar.com
Millenia Global	Импорт / переработка	Адрес: 4th Floor, Sunrise Arcade, Battisputali Rd, Kathmandu 44600, Nepal Тел.: +977 1 449 0205 E-mail: info@milleniaglobal.com Сайт: www.milleniaglobal.com

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Министерство сельского хозяйства и развития животноводства (Ministry of Agriculture and Livestock Development)	Адрес: Singhadurbar, Kathmandu 44600, Nepal Тел.: +977 1 421 1905 / 421 1950 / 421 1935 E-mail: info@moald.gov.np Сайт: www.moald.gov.np
Департамент пищевых технологий и контроля качества Министерства сельского хозяйства и развития животноводства (Department of Food Technology and Quality Control)	Адрес: Babarmahal, Kathmandu, Nepal Тел.: +977 1 426 2369 / 426 2430 E-mail: info@dftqc.gov.np Сайт: www.dftqc.gov.np
Бюро стандартизации и измерений (Nepal Bureau of Standards and Metrology)	Адрес: Basanta Nagar Rd, Kathmandu 44600, Nepal, P.O. Box 985 Тел.: +977 1 435 0818 / 435 0447 / 435 6672 E-mail: nbsm@nbsm.gov.np; info@nbsm.gov.np Сайт: http://nbsm.gov.np
Министерство здравоохранения и народонаселения (Ministry of Health and Population)	Адрес: Ramshahpath, Kathmandu, Nepal Тел.: +977 1 426 2543 / 426 2802 / 4262696 / 4267376 E-mail: info@mohp.gov.np Сайт: https://bit.ly/339a4RP
Министерство промышленности, торговли и снабжения (Ministry of Industry, Commerce and Supplies)	Адрес: Singha Darbar, Kathmandu, Nepal Тел.: +977 1 421 1455 E-mail: info@moics.gov.np Сайт: https://moics.gov.np
Инвестиционный совет Непала (Investment Board Nepal)	Адрес: ICC Complex, New Baneshwor, Kathmandu 44600, Nepal Тел.: +977 1 447 5276, +977 1 447 5277, +977 1 447 5278 E-mail: info@ibn.gov.np Сайт: https://ibn.gov.np
Департамент внутренних налогов Министерства финансов (Inland Revenue Department)	Адрес: Uttara Dhoka Rd 414, Lazimpat, Kathmandu 44600, Nepal Тел.: +977 1 597 0081 E-mail: serviceird@ird.gov.np Сайт: https://ird.gov.np
Таможенный департамент Министерства финансов (Department of Customs)	Адрес: Tripureshwor, Kathmandu 44600, Nepal Тел.: +977 1 411 7225 / 411 7215 / 411 7216 E-mail: csd@customs.gov.np Сайт: www.customs.gov.np

Контактная информация

Организация	Контактная информация
Федерация торгово-промышленных палат Непала (Federation of Nepalese Chambers of Commerce and Industry)	Адрес: Pachali Shahid Shukra FNCCI Milan Marg, Teku, Kathmandu, Nepal, P.O. Box 269 Тел.: +977 1 536 2061 / 536 2218 / 536 6889 E-mail: fncci@mos.com.np Сайт: www.fncci.org
Управление особых экономических зон (Special Economic Zone Authority)	Адрес: Tripureswor, Kathmandu, Nepal, GPO Box #19777 Тел.: +977 1 421 9785 / 425 8049 E-mail: sezauthority@seznepal.gov.np Сайт: www.seznepal.gov.np
Центральное статистическое бюро (Central Bureau of Statistics)	Адрес: Thapathali, Kathmandu Тел.: +977 1 424 5947, +977 1 422 9406 E-mail: info@cbs.gov.np Сайт: https://nsonepal.gov.np/contact-us
Непальский совет по сельскохозяйственным исследованиям (Nepal Agricultural Research Council)	Адрес: Singadurbar Plaza, P.O. Box 5459, Kathmandu Тел.: +977 1 425 6837, +977 1 426 2567 E-mail: ednarc@ntc.net.np Сайт: https://narcnepal.org



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 стимулирования увеличения производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 14.07.2012 г. № 717 \(приложение 11 \(1\)\)](#)

Программа строительства мелиоративных сооружений

Компенсация осуществленных расходов на увеличение введенных в эксплуатацию мелиорируемых земель сельскохозяйственного назначения и вовлеченных в оборот сельскохозяйственных угодий в рамках регионального проекта в размере до 50%.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

Регулирование: [постановление Правительства Российской Федерации от 14.05.2021 г. № 731 \(приложение № 8\)](#)

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

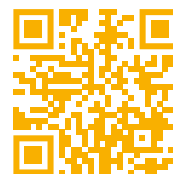
При выходе на рынок Непала рекомендуется учитывать положения следующих законов и нормативных актов:

- [Закон об экспорте и импорте \(2013 г.\);](#)
- [Закон о таможене \(2007 г.\);](#)
- [Закон об иностранных инвестициях и передаче технологий \(1992 г.\);](#)
- [Закон о контрактах \(2000 г.\);](#)
- [Закон о компаниях \(2006 г.\);](#)
- [Закон о торговых агентах \(2014 г.\);](#)
- [Закон о патентах, промышленных образцах и товарных знаках \(1965 г.\);](#)
- [Положение об авторском праве \(2004 г.\);](#)
- [Закон об арбитраже \(1999 г.\)](#)

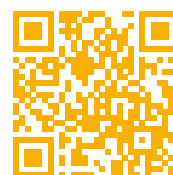
Более подробно с актуальными положениями непальского законодательства на английском языке можно ознакомиться в разделе [Legal Documents](#) на [внешнеторговом портале Непала](#).

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

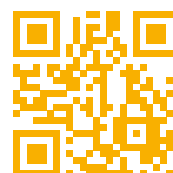
[Библиотека экспортера](#) — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



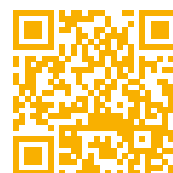
[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



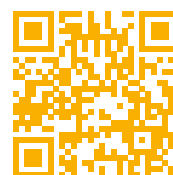
[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



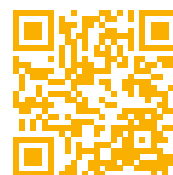
[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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

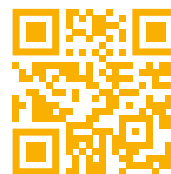


[Новости](#) — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.

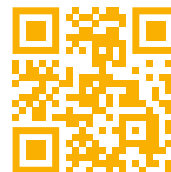


Мы в социальных сетях:

Вконтакте: vk.com/aemcx



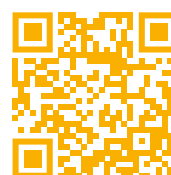
Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



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

