

Экспортный гид

Мучные кондитерские изделия



Индия



Экспортный гид

Мучные кондитерские изделия



Индия

Гид создан при участии:



АСКОНД

Предисловие

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта мучных кондитерских изделий в Индию. 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 взвешенные решения о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт мучных кондитерских изделий в Индию.

© 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.



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	9
1. Краткий обзор — Индия	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции.....	21
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	25
2. Обзор рынка.....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.2. Потребительские предпочтения	54
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	56
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	62
3. Требования и стандарты на продукцию	64
3.1. Требования к производителям	66
3.2. Требования к продукции.....	67
3.3. Требования к упаковке и маркировке	69
4. Особенности и барьеры входа на рынок	71
4.1. Особенности таможенных процедур	73
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	74
5. Организация экспортных поставок	76
5.1. Логистика	78
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций.....	88
5.3. Формы присутствия на рынке	97
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	99
6. Продвижение продукции	104
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	106
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	107
7. Особые экономические зоны	108
8. Особенности ведения бизнеса	115
9. Преимущества и риски осуществления поставок.....	121
9.1. Преимущества.....	123
9.2. Риски	124

10. Карта действий экспортера	126
11. Контактная информация	130
11.1. Потенциальные партнеры	132
11.2. Профильные организации	133
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	134
Приложение №1. Нормативно-правовая база	139

Резюме

- Республика Индия — крупнейшая по численности населения страна мира, в которой в 2023 г. проживало 1 428,6 млн чел. Индия входит в число главных экономик мира, обладая значительными человеческими ресурсами и большим нереализованным потенциалом. Это густонаселенная страна с богатым национальным, культурным и религиозным разнообразием. От штата к штату различаются языки, культура, потребительские привычки и традиции.
- Несмотря на замедляющиеся темпы естественного прироста, ожидается, что к 2050 г. число жителей Индии достигнет примерно 1,7 млрд чел. По данным на 2023 г., 43% населения было моложе 25 лет. При решении социально-демографических и экономических проблем молодежь станет главным фактором роста потребительского рынка. Индия обладает огромными перспективами развития человеческого капитала и экономики за счет создания высококвалифицированных рабочих мест.
- Индия находится в числе лидеров по показателям роста экономики за счет развития потребительского сектора, привлечения иностранных инвестиций и реализации государственных программ. За 2019–2023 гг. показатель ВВП на душу населения по ППС вырос на 42,5% до 10 233,4 межд. долл. По прогнозам МВФ, к 2029 г. данный показатель достигнет 15 973,1 межд. долл. Тем не менее в стране сохраняется волатильность цен на продукты питания и энергоносители, что обусловлено как погодными условиями, так и геополитической и внешнеэкономической неопределенностью.
- Сельское хозяйство играет важную роль в экономике Индии, на него приходится 16,0% ВВП и 42,9% общего числа занятых в экономике. Страна является нетто-экспортером продукции АПК — экспорт превышает импорт в 1,5 раза, причем, профицит торгового баланса значительно вырос в последние годы. По поставкам основного экспортного товара — риса, Индия занимает ведущее место в мире. В стоимостной структуре импорта продукции АПК Индии в 2023 г. наибольшие доли занимали масло пальмовое (27,7%), масло соевое (12,7%), масло подсолнечное (10,7%), а также сахар свекловичный и тростниковый (4,3%), орехи кешью (4,3%).
- Индия является нетто-экспортером мучных кондитерских изделий благодаря последовательному наращиванию внутреннего производства, государственной поддержке отрасли и наличию спроса на индийскую продукцию за рубежом. В 2019–2023 гг. объем экспорта мучных кондитерских изделий республики превышал объем их импорта в среднем в 9,3 раза в натуральном выражении и в 6,2 раза в стоимостном. При этом поставляет Индия, в основном, сладкое сухое печенье в государства Европы, Северной Америки и Ближнего Востока, в то время как закупает преимущественно прочие мучные кондитерские изделия в странах Юго-Восточной и Южной Азии.

- Бангладеш, Индонезия, Малайзия — крупнейшие экспортеры мучных кондитерских изделий в Индию. На долю данных стран в 2023 г. пришлось 82,9% объема импорта в натуральном и 79,9% в стоимостном выражении. Изделия из Бангладеш и Индонезии являются наиболее конкурентоспособными по цене.
- Прочие хлебобулочные и мучные кондитерские изделия, содержащие или не содержащие какао, и вафельные пластины (ТН ВЭД 190590) составляют около 68% импорта в натуральном выражении. За ними следуют сухари, сушки и схожие продукты (ТН ВЭД 190540) с долей 13,5%. На сладкое сухое печенье (ТН ВЭД 195031) и вафли (ТН ВЭД 190532) приходится 11% и 7% соответственно.
- Сектор хлебобулочной продукции Индии показывает хороший рост, и прогнозируется повышение спроса. Объем продаж мучных кондитерских изделий значительно вырос за время пандемии COVID-19 и продолжил рост в последующие годы. По итогам 2023 г., объем реализации мучных кондитерских изделий через сектор общественного питания почти восстановился до уровня 2019 г.
- Спрос на мучные кондитерские изделия в Индии удовлетворяется преимущественно за счет внутреннего производства. Основные производители — компании Britannia и Parle, на долю которых приходится подавляющая часть рынка в стоимостном выражении. Местные компании имеют развитую дистрибьюторскую сеть и осуществляют значительную часть своих продаж в сельской местности.
- Более 94% от общего объема продаж мучных кондитерских изделий в 2023 г. пришлось на долю розничной торговли. В стране существует множество форматов розничной торговли, включая современные супермаркеты и минимаркеты. При этом большая доля розничных продаж приходится на магазины шаговой доступности и мини-пекарни.
- Рост интереса к здоровому питанию и образу жизни стимулирует спрос на изделия с добавлением клетчатки, антиоксидантов, кислот омега-3, витаминов и минералов. Большое значение имеют вкусовые свойства и аромат наряду с использованием таких ингредиентов, как фрукты, орехи и какао. Экологически чистые продукты также набирают популярность.
- К российским мучным кондитерским изделиям в Индии применяется ставка ввозной таможенной пошлины 30%, в то время как основные экспортеры таких изделий — Бангладеш, Индонезия и Малайзия — получают доступ на рынок Индии по нулевой ставке. При выходе на рынок Индии экспортеры также могут столкнуться с рядом нетарифных мер, таких как строгие требования к стандартам продукции, упаковке и маркировке.

Список сокращений

АСЕАН	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
ВВП	Валовой внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ВТО	Всемирная торговая организация
ЕАЭС	Евразийский экономический союз
МВФ	Международный валютный фонд
МКТУ	Международная классификация товаров и услуг
МОТ	Международная организация труда
ОЭЗ	особая экономическая зона
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ППС	Паритет покупательной способности
РНБ	Режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	Региональные органы управления агропромышленным комплексом
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
ТРИПС	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
ЮНКТАД	Конференция ООН по торговле и развитию
CGPDTM	Controller General of Patents, Designs & Trade Marks — Управление Генерального контролера по патентам, товарным знакам и промышленным образцам
DGFT	Directorate General of Foreign Trade — Главное управление внешней торговли Индии
DIN	Director Identification Number — идентификационный номер директора компании
FSSAI	Food Safety and Standards Authority of India — Управление безопасности пищевых продуктов и стандартов Индии
FTWZ	Free Trade and Warehousing Zone — зона свободной торговли и складирования

GST	Goods and Services Tax — налог на товары и услуги
ICEGATE	Indian Customs and Central Excise Electronic Commerce/Electronic Data Interchange Gateway — Система электронного обмена данными таможни Индии
HoReCa	Hotel, Restaurant, Cafe/Catering — гостинично-ресторанный бизнес
INDRP	IN Dispute Resolution Policy — Система урегулирования споров в области доменных имен .in
ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
ITC (HS)	Indian Trade Classification based on Harmonized System of Coding — Индийская торговая классификация на основе Гармонизированной системы описания и кодирования товаров
ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
SAFTA	South Asian Free Trade Area — Соглашение о свободной торговле в Южной Азии

Введение





Республика Индия (далее — Индия) — государство, занимающее первое место в мире по численности населения. С 2000-х гг. Индия проводит важные экономические реформы и добилась значительного прогресса, благодаря чему численность живущих за национальной чертой бедности снизилась на 90 млн человек.

Индия является одним из крупнейших производителей сельскохозяйственной продукции в мире и мировым лидером по производству сахарного тростника, а также молока. В аграрном секторе занята почти половина населения страны, доля сельского хозяйства в структуре ВВП составляет порядка 16,0%. Кроме того, Индия входит в топ-15 стран как по импорту, так и экспорту продовольствия.

Общие сведения (2023 г.)

ВВП (в текущих ценах): 3 567,5 млрд долл. США

ВВП по ППС (в текущих ценах): 14 619,8 млрд межд. долл.

Рост реального ВВП: 8,2%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 10 233,4 межд. долл.

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод: 2,5 тыс. долл. США, группа стран с доходами ниже среднего уровня

Уровень инфляции: 5,4%

Приток ПИИ: 28,2 млрд долл. США

Численность населения: 1 428,6 млн человек

Площадь страны: 3,3 млн км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 1,8 млн км²

Крупнейшие города по численности населения: Мумбаи (12,7 млн человек), Дели (10,9 млн), Бангалор (8,4 млн), Хайдарабад (6,8 млн), Ахмедабад (6,4 млн)

Уровень урбанизации: 36,4%

Уровень безработицы: 4,2%

Структура ВВП: сельское хозяйство (16,0%), промышленность (25,0%), сфера услуг (49,8%), чистые налоги (9,2%)

Структура занятости (2022 г.): сельское хозяйство (42,9%), промышленность (26,1%), сфера услуг (31,0%)

Экспорт АПК	Основные товары	Импорт АПК
рис, ракообразные, сахар свекловичный и тростниковый, говядина и пищевые субпродукты КРС, паприка		масло пальмовое, масло соевое, масло подсолнечное, сахар свекловичный и тростниковый, орехи кешью
Объем		
49,0 млрд долл. США		31,7 млрд долл. США

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, Ministry of Statistics & Programme Implementation

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Индия



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

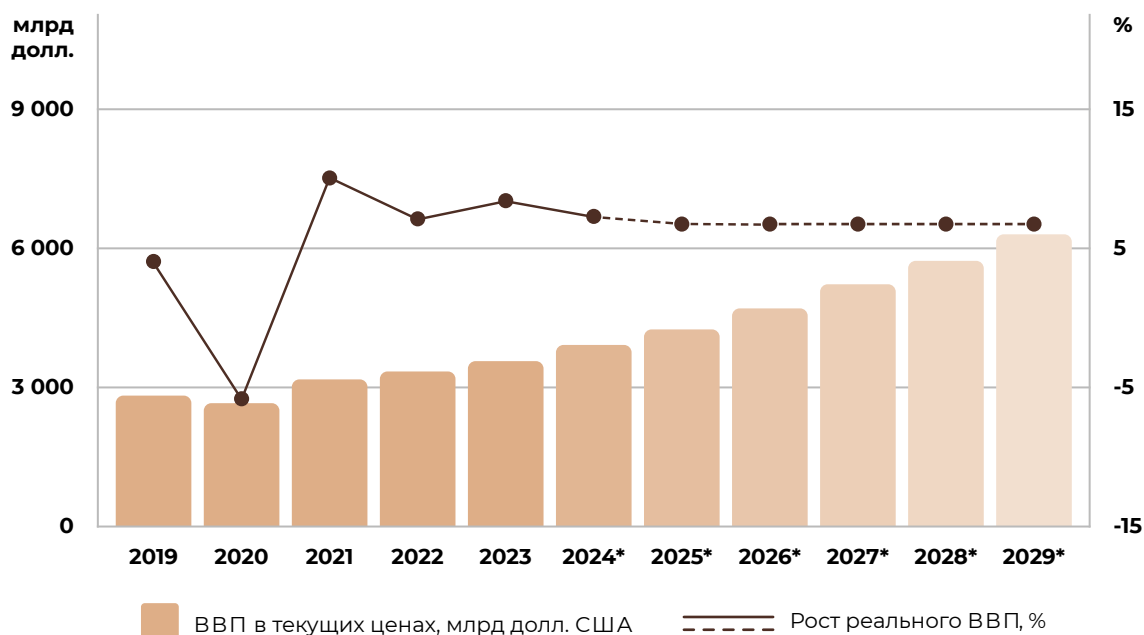
Индия входит в число крупнейших экономик мира, обладая значительными человеческими ресурсами и большим нереализованным потенциалом. Несмотря на емкий внутренний рынок и значительный размер ВВП, страна по-прежнему относится к числу государств с доходами населения ниже среднего уровня.

Стабильно высокие показатели роста реального ВВП, наблюдаемые на протяжении последних десятилетий, создают предпосылки для достижения существенного прогресса в сфере увеличения благосостояния граждан. В 2022 г. рост реального ВВП страны составил 7,0% по сравнению с 9,7% в 2021 г., что объясняется исчерпанием эффекта отложенного спроса после вызванного пандемией COVID-19 экономического спада. Тем не менее экономика Индии остается одной из наиболее быстрорастущих в мире за счет устойчивого уровня потребления, значительных инвестиций, в частности за счет правительственных программ развития инфраструктуры, а также высоких показателей экспорта услуг. В 2023 г. рост реального ВВП Индии продолжился и составил 8,2%. Экономические показатели страны значительно превзошли средний рост по Азиатско-Тихоокеанскому региону в 4,8–5,0%. Данный рост был подкреплён макроэкономической и финансовой стабильностью, всплеском частных расходов и государственными инвестициями в преддверии всеобщих выборов 2024 г., а также устойчивым потребительским спросом.

В 2024 г. прогнозируется замедление темпа роста ВВП Индии до 7,0%, при этом положительная тенденция сохранится. Замедление динамики показателя вызвано сложной внешнеэкономической средой и геополитической неопределенностью, а также накапливающимися социально-демографическими проблемами, обусловленными стремительно увеличивающейся численностью населения (в том числе высокий уровень безработицы, особенно среди молодежи; проблема доступа к образованию значительной части населения и связанный с ней низкий уровень квалификации рабочей силы).

Согласно прогнозам, в течение 2025–2029 гг. ожидается сохранение высоких темпов роста экономики страны на уровне более 6%, в том числе благодаря значительному демографическому потенциалу. Сегодня население Индии является одним из наиболее молодых в мире, что обуславливает наличие хороших перспектив долгосрочного роста экономики страны за счет увеличения доли работающего населения и роста высококвалифицированных специалистов. Однако реализация данного потенциала возможна только при условии проведения правительством Индии структурных реформ, направленных на развитие человеческого капитала, решение вопросов безработицы и других социально-демографических проблем.

Рис. 1. Динамика ВВП Индии в текущих ценах, 2019-2029 гг., млрд долл. США



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024).

В краткосрочной перспективе национальная валюта Индии, индийская рупия, будет испытывать давление следующих факторов:

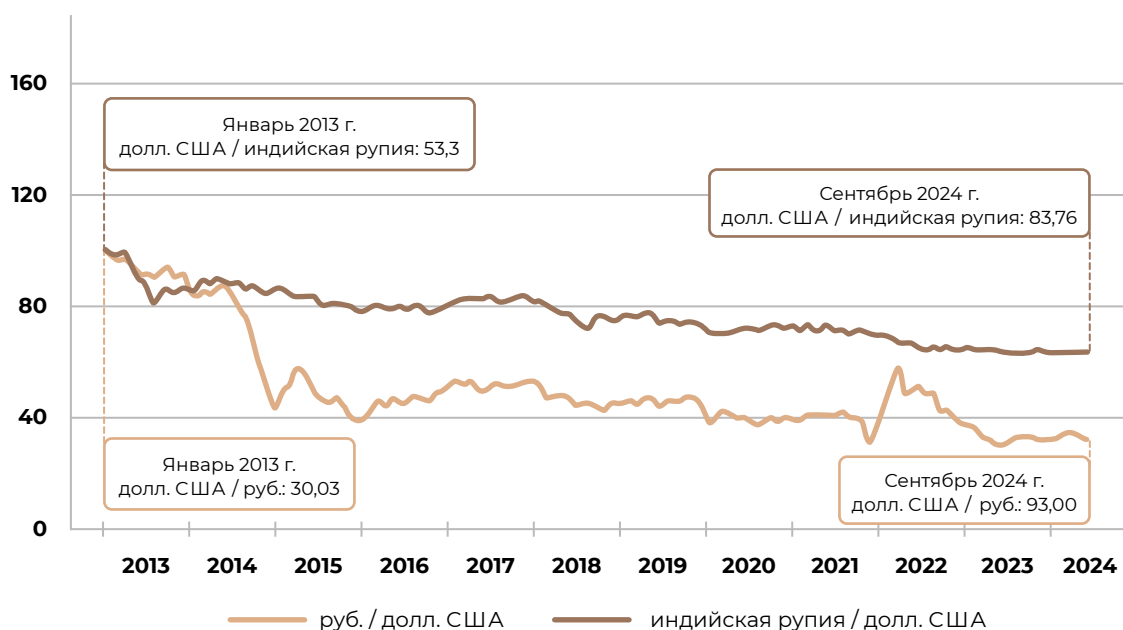
- рост мировых цен на нефть напрямую влияет на курс национальной валюты, поскольку Индия является крупным импортером нефти: потребности страны в данной продукции на 85–87% обеспечиваются за счет импорта;
- девальвация китайского юаня может потребовать от Резервного банка Индии ослабить рупию для сохранения конкурентоспособности экспорта страны;
- в случае продолжения жесткой денежно-кредитной политики со стороны Федеральной резервной системы (ФРС) США и повышения процентных ставок массовый отток капитала из Индии¹ может возобновиться, что приведет к девальвации рупии.

¹ Благодаря политике количественного смягчения и сверхнизких процентных ставок, введенной в странах с развитой экономикой после пандемии COVID-19, иностранные инвесторы занимали значительные суммы денег по низким процентным ставкам и вкладывали вырученные средства в высокодоходные активы в Индии и других странах с развивающейся экономикой. Однако после того, как ФРС США и центральные банки других стран с развитой экономикой перешли к ужесточению денежно-кредитной политики, повышая процентные ставки для сдерживания растущей инфляции, иностранные инвесторы стали сокращать инвестиции в Индии и на других развивающихся рынках, переходя в более консервативные активы, включая казначейские облигации США и золото.

С другой стороны, индийская рупия остается относительно стабильной валютой, несмотря на исторически небольшую разницу между ключевыми ставками в Индии и США. Как правило, более низкая процентная ставка Резервного банка Индии по сравнению с ФРС США ослабляет рупию, поскольку инвесторы ищут более высокую доходность в других валютах. Однако несколько факторов способствуют укреплению национальной валюты, что предполагает более оптимистичные перспективы для рупии в краткосрочной перспективе, среди них:

- улучшение валютных резервов страны укрепляет уверенность в способности Резервного банка Индии справляться с внешними вызовами и волатильностью валюты;
- снижение дефицита счета текущих операций благодаря реализации политики импортозамещения и стимулирования экспорта;
- продолжающиеся экономические реформы в Индии способствуют повышению кредитного рейтинга в среднесрочной перспективе, что позволяет осуществлять заимствования на внешнем рынке по более низким процентным ставкам.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и индийской рупии к доллару США, январь 2013 г. – сентябрь 2024 г.



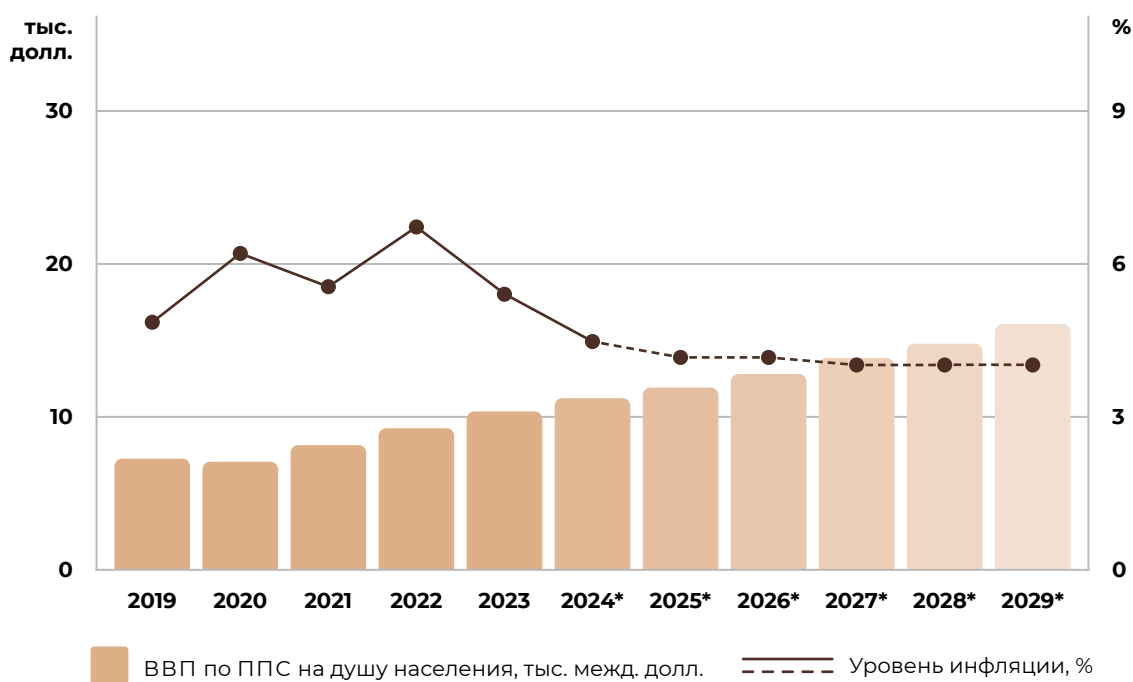
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал [Investing.com](https://www.investing.com)

Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на январь 2013 г.

В течение 2019–2023 гг. ВВП по ППС на душу населения Индии имел положительную динамику, исключением стал лишь период пандемии COVID-19 в 2020 г. За 2019–2023 гг. показатель вырос на 42,5% до 10 233,4 межд. долл. на конец 2023 г., значительно превысив допандемийный уровень 2019 г. В среднесрочной перспективе МВФ ожидает замедление темпов прироста в среднем до 7,7%. По прогнозам международной организации, к 2029 г. ВВП по ППС на душу населения Индии достигнет 15 973,1 межд. долл.

Уровень инфляции в 2022 г., по данным МВФ, составил 6,7% по сравнению с 5,5% в 2021 г. Основной вклад в увеличение цен внесла продовольственная инфляция. В 2023 г. наблюдалось замедление роста цен и по итогам года показатель составил 5,4%. Несмотря на снижение уровня инфляции по сравнению с пиковыми показателями 2022 г., Центральный банк Индии продолжает удерживать ключевую ставку на уровне 6,5% для достижения целевого показателя инфляции в 4% в среднесрочной перспективе. Тем не менее в стране сохраняется волатильность цен на продукты питания и энергоносители, что обусловлено как погодными условиями, так и геополитической и внешнеэкономической неопределенностью.

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2019-2029 гг., тыс. межд. долл.



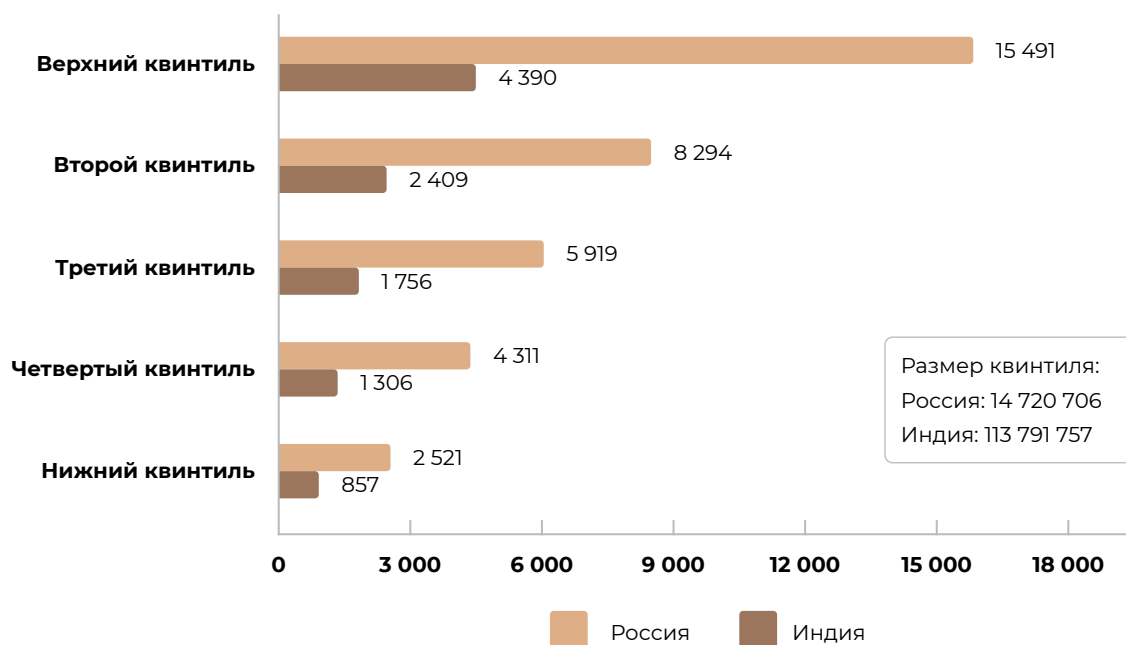
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *Прогноз, оценочные данные за 2024 г. (по состоянию на 23.10.2024).

Урбанизация и рост благосостояния граждан, преимущественно в городах, на фоне увеличения численности населения, проблем на рынке труда и высокого уровня безработицы также сопровождается углублением социально-экономического неравенства в Индии. Экономический рост в последние десятилетия был неравномерным, что привело к существенным диспропорциям в распределении доходов, особенно между занятыми в формальном секторе экономики и работниками в традиционном сельском хозяйстве и неформальном секторе (по различным оценкам, на неформальный сектор приходится около 90% рабочей силы).

В результате сложившейся ситуации на долю наиболее обеспеченных граждан (верхнего квинтиля) приходится 41,0% национального дохода, тогда как на долю нижнего квинтиля — 8,0%. Кроме того, верхний квинтиль в Индии сопоставим по уровню доходов с четвертым квинтилем в России. Согласно исследованиям Института конкурентоспособности Индии по запросу Экономического консультативного совета премьер-министра Индии (ЕАС-РМ), разница в распределении доходов привела к тому, что у 1% самых богатых людей доходы как минимум в три раза выше, чем у 10% самых бедных. По данным The World Inequality Report, Индия входит в число стран с наибольшими диспропорциями в уровне доходов и качества жизни: разрыв между 1% богатейших и 50% беднейших людей самый большой среди крупнейших экономик мира.

Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2023 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

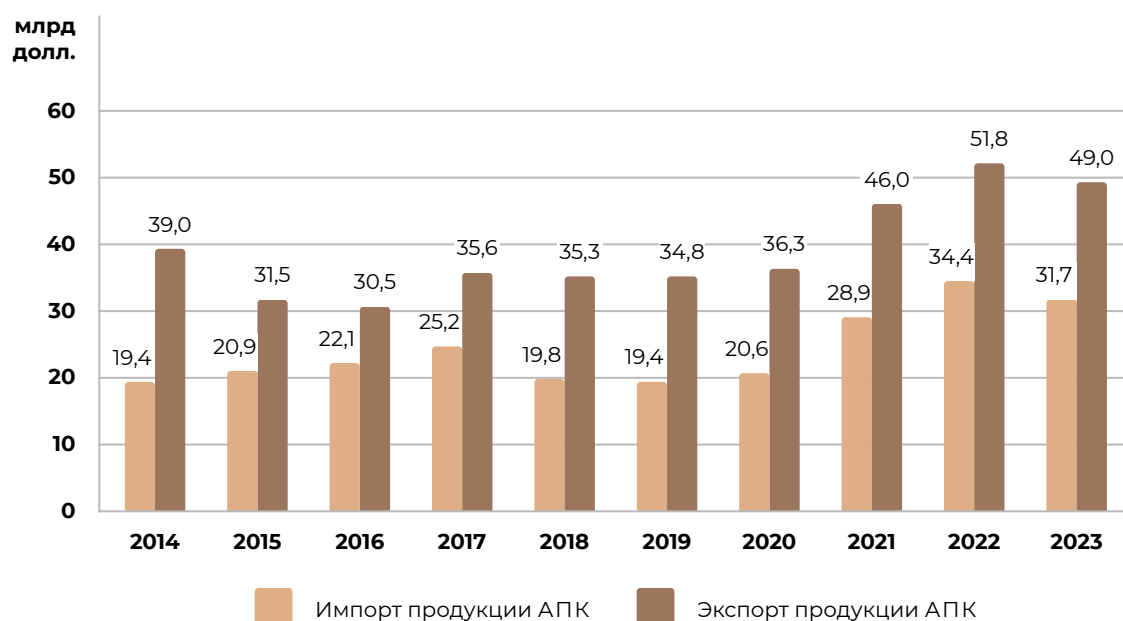
Примечание. Доходы рассчитаны по ППС с учетом курсовой разницы, чтобы показать фактическую покупательную способность для стандартной потребительской корзины.

Внешняя торговля продукцией АПК

Индия является одним из крупнейших производителей сельскохозяйственной продукции в мире. Сельское хозяйство играет важную роль в экономике страны, обеспечивая 16,0% ВВП и 42,9% занятости трудоспособного населения. Объем сельскохозяйственного ВВП с 2003 по 2023 год увеличился в 4,8 раза — с 119,1 до 566,8 млрд долл. США. Индия занимает ключевые позиции в мире по объемам производства многих продуктов растениеводства, а животноводческий сектор страны является одним из крупнейших в мире (в нем задействовано около двух третей сельского населения страны). Кроме того, страна является нетто-экспортером продукции АПК — экспорт превышает импорт в 1,5 раза. При этом профицит торгового баланса постепенно растет: с 2016 г. показатель вырос в 2,1 раза и достиг 17,3 млрд долл. США.

В 2023 г. основным экспортным товаром в стоимостном выражении был рис (21,3% или 10,5 млрд долл. США). В топ-5 продуктов экспорта АПК также вошли ракообразные (9,1%), сахар свекловичный и тростниковый (7,6%), говядина и пищевые субпродукты КРС (7,3%), паприка (2,9%). В стоимостной структуре импорта продукции АПК Индии в 2023 г. наибольшие доли занимали масло пальмовое (27,7% импорта или 8,8 млрд долл. США), масло соевое (12,7% или 4,0 млрд долл. США), масло подсолнечное (10,7% или 3,4 млрд долл. США). В топ-5 импортируемых позиций также вошли сахар свекловичный и тростниковый (4,3% стоимостного импорта продукции АПК), орехи кешью (4,3%).

Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Индии, 2014–2023 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Индии, 2023 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Рис	10 462,0	21,3
Ракообразные	4 442,8	9,1
Сахар свекловичный и тростниковый	3 720,0	7,6
Говядина и пищевые субпродукты КРС	3 566,0	7,3
Паприка	1 416,0	2,9
Жмых и шрот соевые	1 115,2	2,3
Масло касторовое	1 009,9	2,1
Экстракты непищевые, природные смолы	956,7	2,0
Табачное сырье	947,0	1,9
Арахис	874,6	1,8
Прочие продукты	20 503,7	41,8
Итого	49 013,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Индии, 2023 г.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Масло пальмовое	8 786,3	27,7
Масло соевое	4 031,1	12,7
Масло подсолнечное	3 389,2	10,7
Сахар свекловичный и тростниковый	1 365,4	4,3
Орехи кешью	1 358,7	4,3
Чечевица сушеная	1 251,1	3,9
Миндаль	1 018,4	3,2
Голубиный горох сушеный	833,1	2,6
Фасоль	809,3	2,6
Соевые бобы	458,1	1,4
Прочие продукты	8 396,8	26,5
Итого	31 697,6	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

1.2. Политические тенденции

Индия

**Форма правления:**

парламентская
республика

Глава государства:

президент

**Форма
административно-
территориального
устройства:**

федеративное
государство

**Крупнейшие
политические партии:**

Индийская народная
партия (Bharatiya Janata
Party), Индийский
национальный конгресс
(Indian National Congress),
Всеиндийский
Тринамул конгресс
(All India Trinamool
Congress),
Социалистическая
партия Индии
(Samajwadi Party)

Индия является федеративной парламентской республикой, состоящей из 28 штатов и восьми союзных территорий. Глава государства — президент. Исполнительную власть осуществляет правительство (Объединенный совет министров Индии) во главе с премьер-министром, пост которого с 2014 г. занимает Нарендра Моди. Правительство формируется парламентским большинством.

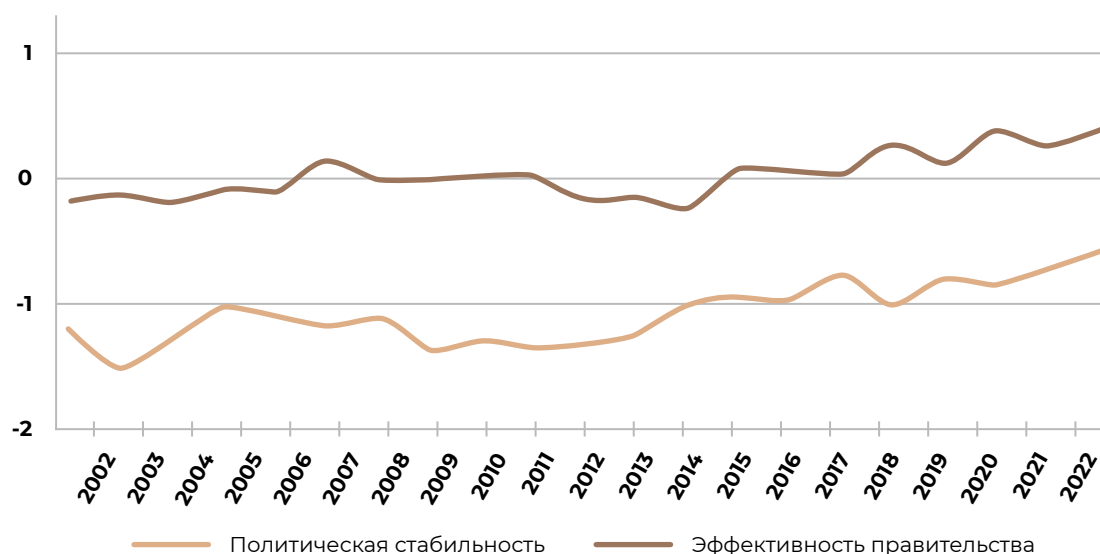
Высший законодательный орган Индии — парламент (Сансад). Он состоит из двух палат: верхней (Совета штатов) и нижней (Народной палаты), что отражает федеративную структуру государства, представляющую собой союз штатов, в каждом из которых есть свое правительство. Независимую судебную власть осуществляет Верховный суд, разрешающий споры между штатами и центральным правительством, а также обеспечивающий конституционность законов. Многопартийная система основана на конкуренции партийных альянсов — Национального демократического альянса и Индийского национального инклюзивного альянса развития. При этом в ходе выборов нередко формируются предвыборные союзы на уровне штатов группой местных партийных элит.

Большую роль в политике Индии играет династичность, отражающая высокий уровень социального неравенства и слабые социальные лифты, характерные для сохраняющегося в стране кастового общества. Наиболее известная политическая династия — Неру-Ганди, давшая стране трех премьер-министров и до сих пор занимающая важное место в индийской оппозиции.

Оценка политических рисков

В последние годы, с учетом укрепления позиций действующего премьер-министра страны Моди, внутривнутриполитическая ситуация в Индии достаточно стабильна. При этом противоречия все же присутствуют, но касаются преимущественно вопросов социально-экономического характера, таких как сокращение сроков службы в армии, система сбыта продукции сельскохозяйственных производителей, религиозные противоречия. Также сохраняются риски приграничных конфликтов из-за территориальных споров с Пакистаном и Китаем. Стоит отметить, что правительство Моди достигло значительных успехов в укреплении безопасности на территории Индии: с момента прихода к власти Национального демократического альянса в 2014 г. количество инцидентов идет на спад.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Индии в 2002–2022 гг.



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

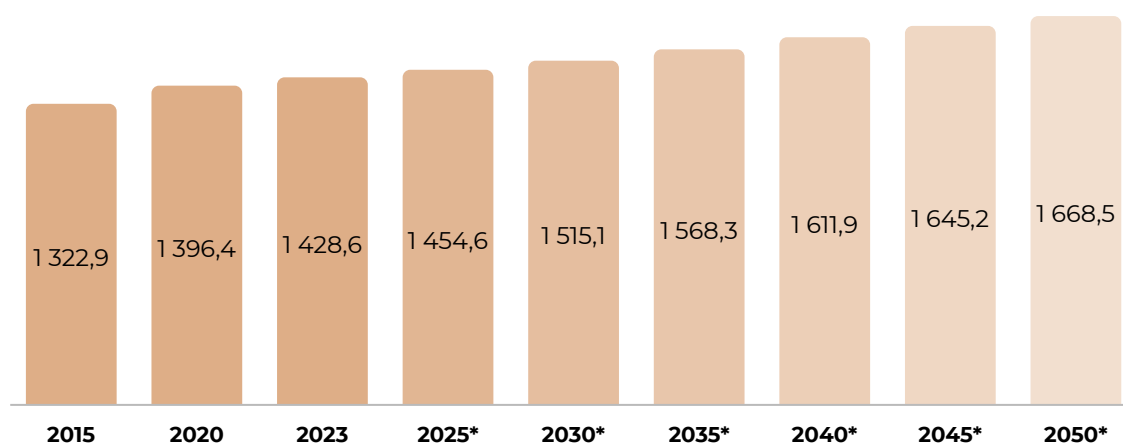
Индия — одна из ведущих мировых держав. Страна является одним из основателей БРИКС и участницей ШОС с 2017 г. Россия, США, Франция и Великобритания высказывались за предоставление Индии статуса постоянного члена Совета Безопасности ООН. Нью-Дели проводит активную внешнюю политику в Юго-Восточной Азии и развивает сотрудничество с основными мировыми центрами силы.

Российско-индийские отношения исторически протекали в дружественном ключе. Дополнительный толчок их развитию придали западные санкции: в 2023 г. российско-индийский товарооборот составил 65 млрд долл. США в результате перенаправления потоков российских энергоносителей на азиатские рынки. В настоящее время ведутся переговоры по линии Индия–ЕАЭС, в частности обсуждаются варианты торгово-экономического взаимодействия в форме зоны преференциальной торговли. Следует также отметить, что РФ является одним из ведущих партнеров Индии в военно-технической сфере. Самая мощная АЭС Индии «Куданкулам» построена ГК «Росатом»; в данное время сооружаются четвертый, пятый и шестой энергоблоки.

1.3. Демографические тенденции

В 2023 г. население Индии составляло 1,43 млрд человек — это около 18% всех жителей Земли и наибольший показатель среди других стран мира. При этом около 36,4% граждан проживает в городах. В Индии сохраняется положительная динамика прироста численности населения — 1,0% в 2015–2023 гг. Кроме того, ожидается показатель в 0,6% за 2023–2050 гг. Согласно базовому прогнозу ООН, в 2050 г. число жителей Индии достигнет примерно 1,7 млрд человек.

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



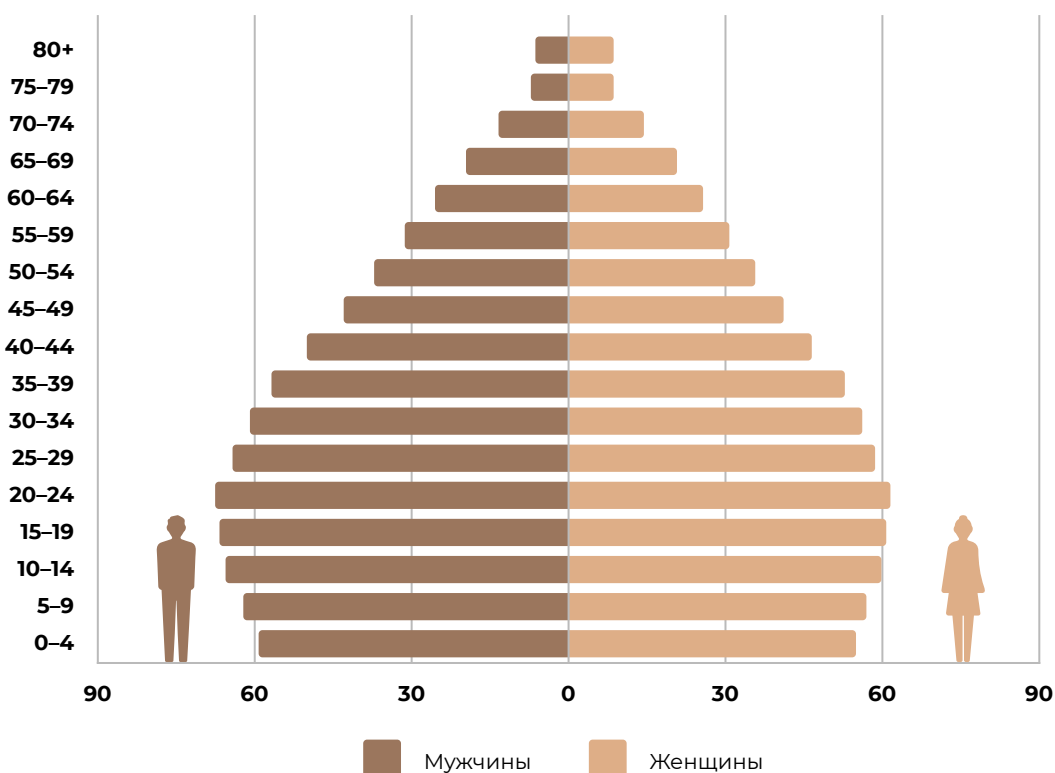
Источник: МВФ, ООН

Примечание. *Прогноз.

По данным за 2023 г., примерно 68% населения Индии находилось в трудоспособном возрасте и 43% было моложе 25 лет, что является одним из ключевых драйверов развития потребительского рынка в среднесрочной перспективе. Важной особенностью демографической ситуации страны является тот факт, что несмотря на значительную численность жителей, с точки зрения демографии население остается молодым со средним возрастом 27–28 лет. Тем не менее острая проблема существенного социально-экономического неравенства, а также прочие социально-демографические вызовы препятствуют развитию одного из крупнейших потребительских рынков в мире.



Рис. 8. Население Индии по полу и возрасту, 2023 г., млн человек



Источник: МВФ, ООН



1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Индия — одна из крупнейших стран Азии, которая в 2023 г. стала мировым лидером по численности населения. Ее внутренний рынок становится все более перспективным для поставщиков продовольствия. Одновременно Индия является бедной страной с небольшой долей среднего класса, при этом существуют региональные различия как в уровне благосостояния, так и в потребительских предпочтениях. В стране имеется ряд социально-экономических проблем: высокий уровень неравенства доходов, гендерный разрыв в оплате и условиях труда, а также доступе к образованию, высокий уровень безработицы (особенно среди молодежи), низкая покупательная способность большей части населения и др. Решение данных проблем позволит в полной мере раскрыть потенциал потребительского рынка Индии и будет способствовать инклюзивному росту экономики страны.

Основные факторы, влияющие на потребительский рынок Индии:

- В 2023–2029 гг. прогнозируется увеличение располагаемых доходов на душу населения в Индии на 72,4%. Тем не менее, учитывая диспропорции в уровне доходов, значительную долю сельского населения, а также рост доходов с низкой базы, реальная покупательная способность потребителей останется невысокой.
- Индия — страна с молодым населением. Ожидается, что к 2029 г. средний возраст жителей Индии составит около 31,4 года. При решении социально-демографических и экономических проблем молодежь будет основным фактором роста потребительского рынка.
- Растущая урбанизация и молодое трудоспособное население, проявляющее интерес к западному образу жизни и открытое к импортным продуктам питания, будут способствовать постепенной диверсификации модели потребления местного населения.
- Около 38% жителей Индии являются вегетарианцами, что формирует спрос на свежие овощи, фрукты и бобовые, а также растительные заменители мясной и молочной продукции. Кроме того, значительная часть населения Индии исповедует ислам, не потребляет свинину и приобретает исключительно продукцию, соответствующую стандартам «Халяль».

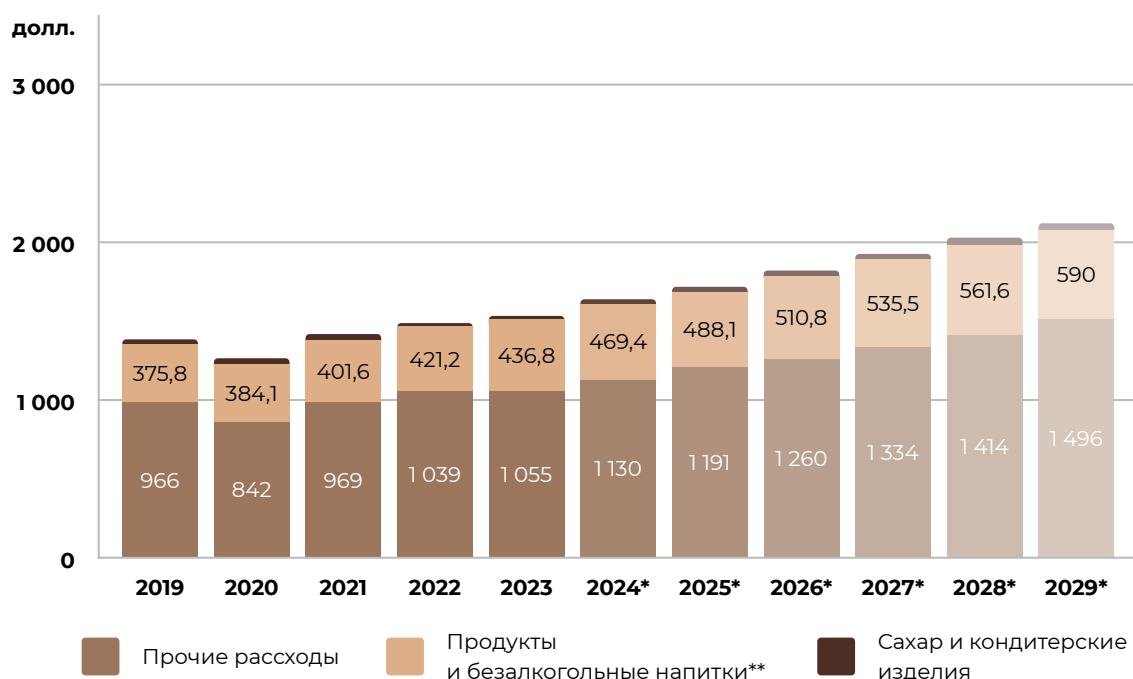
- Розничная торговля продуктами питания в Индии превратилась в одну из наиболее динамичных и быстроразвивающихся отраслей благодаря появлению новых игроков и значительной консолидации за последние два года. На рынке доминируют традиционные розничные форматы. В то же время все больше потребителей отдают предпочтение покупкам в современных точках розничной торговли. Современный розничный сектор развивается, на рынке появляется больше супер-, гипермаркетов и круглосуточных сетевых магазинов. Переориентация потребителей на современную розницу наиболее заметна в крупных городах. Покупательские привычки также зависят от возрастной категории и уровня располагаемых доходов.
- Благодаря развитию туризма в стране активно расширяется гостиничный сектор. За последнее десятилетие Индия укрепила свой имидж одного из наиболее привлекательных туристических направлений. Несмотря на динамичное развитие гостиничного сектора, лишь небольшой процент отелей в стране функционирует в соответствии со звездной классификацией. Большинство отелей представляют собой небольшие традиционные гостиницы, предлагающие недорогие номера и еду из продуктов местного производства.
- Ресторанная индустрия также стремительно развивается, ежегодно на рынке появляются заведения общественного питания новых форматов, которые предлагают блюда местной и зарубежных кухонь. Существенная часть ресторанного сектора в Индии является неформальной, состоит из небольших ресторанов и уличных киосков. В то же время доля ресторанов высокого ценового сегмента стабильно увеличивается, привлекая потребителей качественными аутентичными блюдами из импортных ингредиентов.
- Реклама и продвижение продукции в Индии хорошо развиты. Набирают популярность ТВ-каналы о еде, кулинарные шоу, которые знакомят с разнообразием кухонь мира и международных блюд, стимулируя спрос на импортные продукты питания. Молодое городское население активно пользуется интернетом, и социальные сети становятся эффективным маркетинговым инструментом на рынке Индии.



Расходы на конечное потребление

В 2023 г. расходы на конечное потребление продуктов питания и безалкогольных напитков в Индии увеличились на 3,5% и составили 449,3 долл. США на душу населения в год. При этом доля расходов на сахар и кондитерские изделия в общих расходах на продукты питания и безалкогольные напитки составила около 2,8% (12,5 долл. США на человека в год). Ожидается, что ежегодные расходы населения Индии на продукты питания и напитки к 2029 г. достигнут 604,6 долл. США, в то время как расходы на сахар и кондитерские изделия увеличатся до 14,6 долл. США на душу населения в год.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление в Индии на душу населения в постоянных ценах 2023 г., 2019–2029 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (Passport)

Примечание. *Прогноз, **без учета расходов на сахар и кондитерские изделия

2



Содержание



2.1.

Объем и динамика рынка

2.3.

Торгово-распределительная сеть

2.2.

Потребительские предпочтения

2.4.

Конкурентная среда
и участники рынка

2.1. Объем и динамика рынка

На протяжении нескольких столетий мучные кондитерские изделия являются неотъемлемым элементом индийской кухни и входят в ежедневный рацион большинства индийцев независимо от их возраста, уровня дохода и региона проживания. Считается, что традицию потребления печенья в страну принесли еще в XVI веке пришедшие с севера кочевники-моголы, империя которых на пике своего существования занимала практически всю территорию полуострова Индостан. В тот период жители различных частей современной Индии по достоинству оценили ключевую особенность сухарей и печенья — сочетание питательности, компактности и длительного срока хранения, благодаря которому данные продукты являлись идеальной пищей для дальних путешествий. В дальнейшем серьезное влияние на восприятие мучных кондитерских изделий в Индии оказали европейские колонизаторы – голландцы, французы, датчане и англичане, которые привнесли в местную кухню новые вкусы и новые виды продуктов из муки. В результате сегодня в стране сформировалась самобытная культура потребления мучных кондитерских изделий, среди которых центральное место занимает печенье — самый популярный товар-комплемент индийского черного чая.

В настоящее время практически весь спрос на мучные кондитерские изделия в Индии удовлетворяется за счет внутреннего производства. Уровень самообеспечения страны данной продукцией в последние годы стабильно превышает 100% (в 2023 г. значение показателя составило 109,6%), и республика входит в число ее крупных региональных экспортеров.

Табл. 3. Баланс ресурсов мучных кондитерских изделий Индии, 2019–2023 гг., тыс. тонн

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023
Ресурсы всего	2 883,3	2 967,1	3 091,2	3 187,3	3 300,0
Производство	2 828,0	2 912,0	3 006,5	3 111,2	3 224,5
Импорт	55,3	55,1	84,7	76,1	75,5
Использование всего	2 883,3	2 967,1	3 091,2	3 187,3	3 300,0
Внутреннее потребление	2 657,8	2 742,2	2 821,0	2 873,6	2 941,3
Экспорт	225,6	224,9	270,2	313,7	358,7

Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов.

Мукомольная промышленность и производители мучных кондитерских изделий в Индии работают преимущественно на местном сырье. В 2023 г. страна импортировала всего 85,0 тыс. тонн пшеницы на сумму около 31,7 млн долл. США, в т.ч. 75,8 тыс. тонн на сумму 28,9 млн долл. США из Австралии (примерно 88% всего объема импорта в натуральном и стоимостном выражении). При этом значение показателя сильно зависит от урожая: в 2017 г. Индия закупила 5,3 млн тонн пшеницы (на сумму 1,2 млрд долл. США), в то время как за 2019–2023 гг. объем индийского импорта пшеницы сократился с 1,7 тыс. тонн до 46 тонн. Также Индия практически не импортирует пшеничную и пшенично-ржаную муку: в 2019–2023 гг. среднегодовой объем закупок страной данной продукции составлял 3,2 тыс. тонн и 1,9 млн долл. США (более половины всего объема стабильно поставляет соседняя Шри-Ланка).

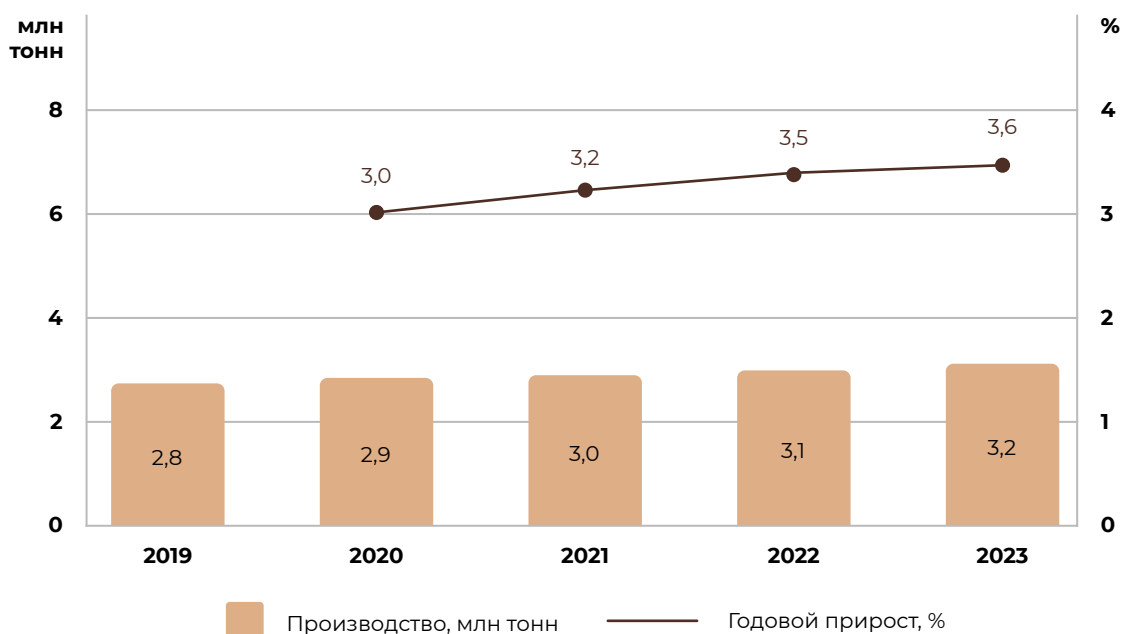
Производство

Индия — крупный производитель мучных кондитерских изделий, причем отрасль ориентирована в основном на удовлетворение растущего спроса на внутреннем рынке. Развитию местного производства способствуют, в первую очередь, эффективные меры государственной поддержки малых и средних предприятий, а также высокие ставки ввозных таможенных пошлин на многие категории готовой пищевой продукции.

Производство мучных кондитерских изделий в Индии в 2019–2023 гг. стабильно увеличивалось, в среднем на 3,3% ежегодно. Такая тенденция обусловлена как устойчивым спросом на печенье и сухари на внутреннем рынке, так и наращиванием индийскими производителями данной продукции поставок за рубеж. Пандемия COVID-19 практически не оказала влияния на динамику производства мучных кондитерских изделий в Индии, поскольку многие местные потребители продолжили покупать привычные печенье и сухари в больших количествах, в т.ч. для создания запасов продуктов с длительным сроком хранения. В результате в 2023 г. производство данной продукции достигло рекордного значения и впервые превысило 3,2 млн тонн, что на 3,6% больше, чем в 2022 г. и на 14,0% выше уровня 2019 г.



Рис. 10. Производство мучных кондитерских изделий в Индии, 2019–2023 гг., млн тонн



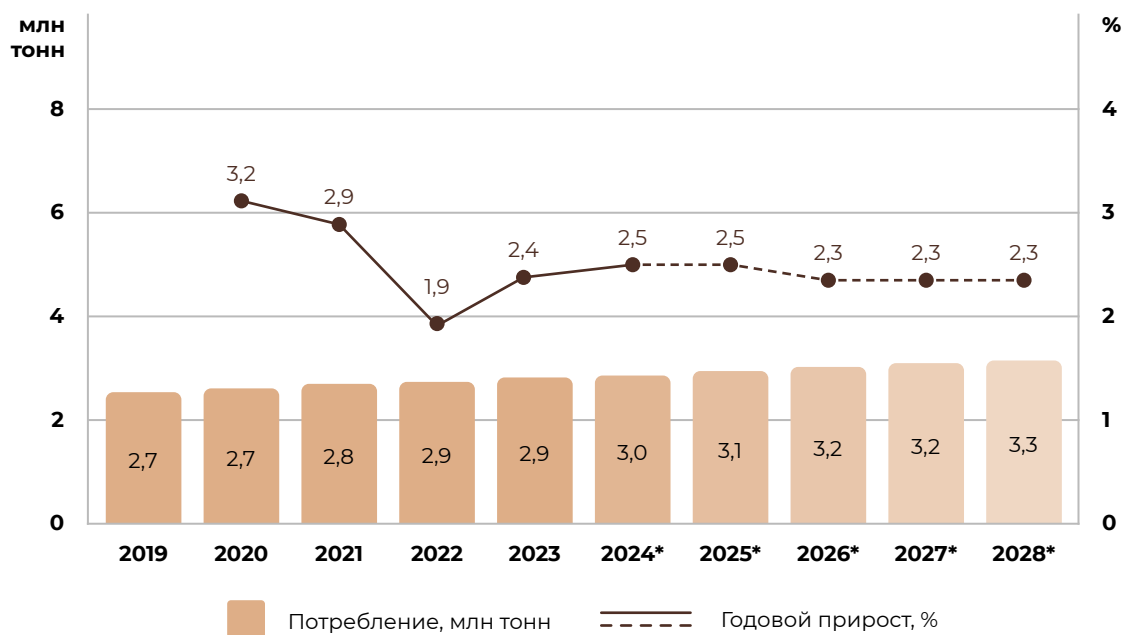
Источник: EMIS, Euromonitor International, ITC Trade Map

Потребление

Потребление мучных кондитерских изделий в Индии в 2019–2023 гг. стабильно увеличивалось в среднем на 2,6% ежегодно, причем наиболее заметный прирост пришелся на 2020 г., когда на фоне пандемии COVID-19 (в связи с необходимостью создавать запасы) значение показателя выросло на 84,4 тыс. тонн (+3,2%) относительно предыдущего года. В 2023 г. объем потребления мучных кондитерских изделий Индии превысил 2,9 млн тонн, что на 2,4% выше уровня 2022 г. По итогам 2024 г. ожидается увеличение потребления данной продукции на 2,4% до уровня 3,0 млн тонн. Согласно прогнозам, среднегодовые темпы роста потребления мучных кондитерских изделий в 2024–2028 гг. составят 2,4%, и к 2028 г. значение показателя достигнет 3,3 млн тонн.

Ключевым драйвером роста спроса на рассматриваемую продукцию в Индии, как считается, останется индийская чайная культура, неотъемлемой частью которой является печенье. Дополнительным стимулирующим фактором для развития сегмента будет являться расширение ассортимента мучных кондитерских изделий за счет более полезной для здоровья продукции, изготовленной в т.ч. из традиционных местных ингредиентов — джовара (сорго), баджры (африканское просо) и раги (пальчатое просо). При этом в качестве основного сдерживающего потребительский спрос на мучные кондитерские изделия в Индии фактора в обозримой перспективе выделяется рост цен как на сырье, так и на готовую продукцию.

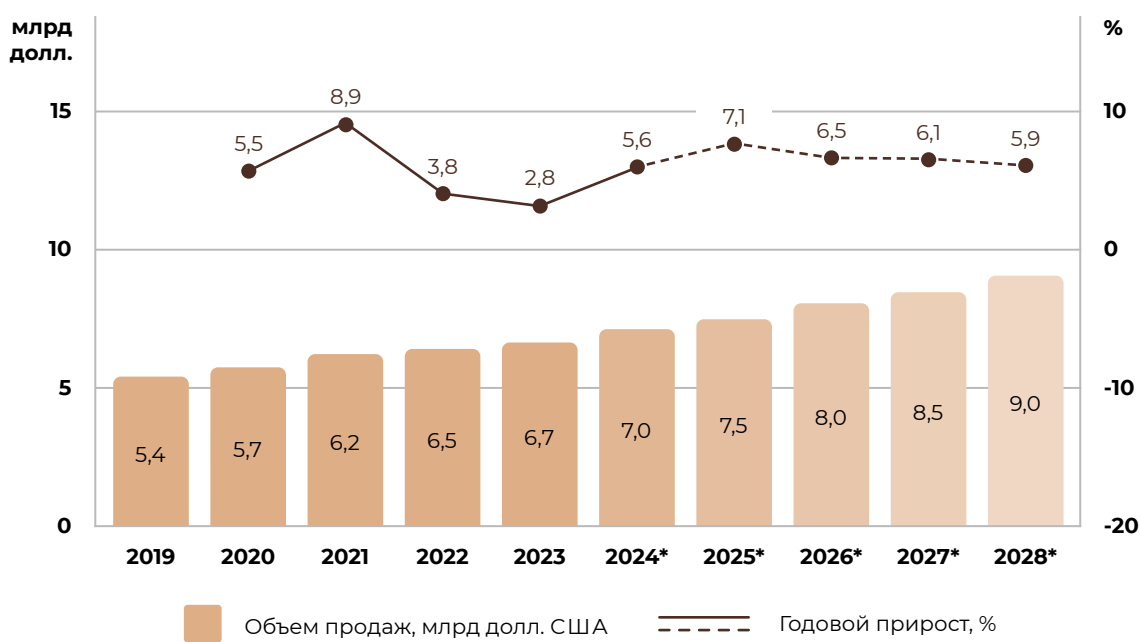
Рис. 11. Потребление мучных кондитерских изделий в Индии в натуральном выражении, 2019–2028 гг., млн тонн



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз.

Рис. 12. Объем продаж мучных кондитерских изделий в Индии в стоимостном выражении, 2019–2028 гг., млрд долл. США

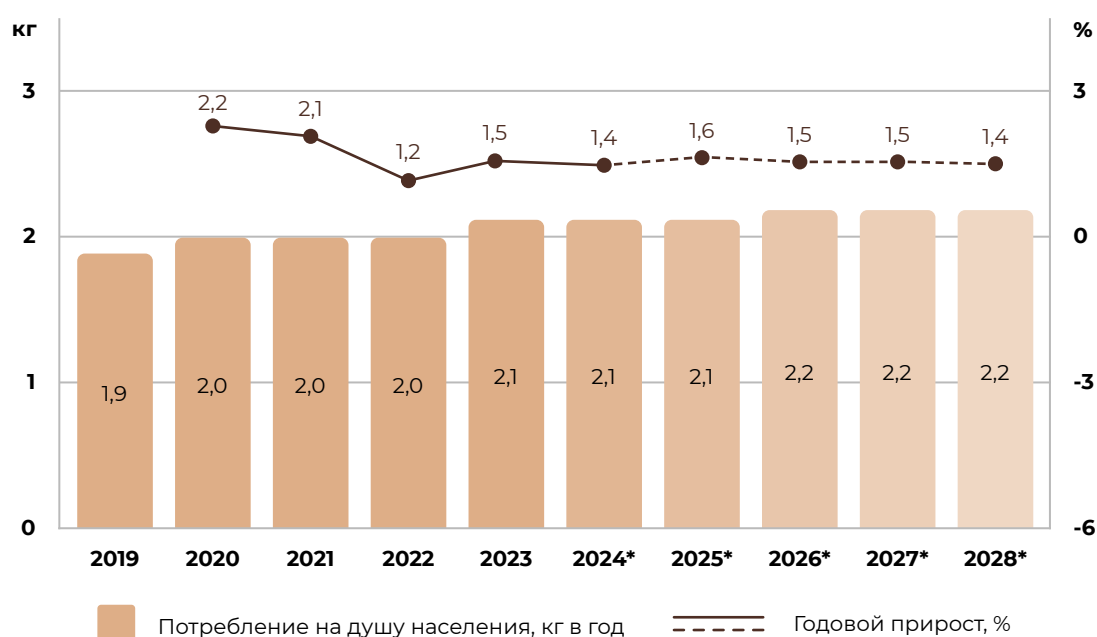


Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз.

Потребление мучных кондитерских изделий на душу населения в Индии находится на относительно невысоком уровне и в последние годы растет умеренными темпами, что объясняется, в первую очередь, постоянным увеличением численности населения, опережающим рост потребительского спроса. За 2019–2023 гг. значение показателя выросло на 7,1% до уровня около 2,1 кг на человека в год, при этом среднегодовые темпы прироста сократились с 2,1–2,2% в 2020–2021 гг. до 1,2–1,5% в 2022–2023 гг. Ожидается, что в 2024–2028 гг. потребление мучных кондитерских изделий на душу населения в Индии продолжит постепенно увеличиваться в среднем на 1,5% ежегодно и к 2028 г. превысит 2,2 кг на человека в год.

Рис. 13. Потребление мучных кондитерских изделий на душу населения в Индии, 2019–2028 гг., кг в год



Источник: EMIS, Euromonitor International, МВФ

Примечание. *Прогноз.

В структуре потребления мучных кондитерских изделий Индии основную долю традиционно занимает сдобное печенье. В 2023 г. объем потребления данной продукции в стране составил почти 1,7 млн тонн (57,0% общего объема продаж всех кондитерских изделий), что на 1,1% выше уровня 2021 г. и на 10,9% больше, чем в 2019 г. Согласно прогнозам, к 2028 г. спрос на сдобное печенье в Индии увеличится на 8,4% относительно значения 2023 г. и превысит 1,8 млн тонн.

В больших объемах в Индии потребляется и сладкое печенье — 568,9 тыс. тонн по итогам 2023 г. (19,3% в общей структуре), на 2,7% больше по сравнению со значением 2022 г. и на 12,4% выше уровня 2019 г. Потребление данного вида мучных кондитерских изделий в стране в 2019–2023 гг. увеличивалось наиболее высокими темпами по сравнению с другой продукцией — в среднем на 2,4%

ежегодно. В 2028 г. спрос на сладкое печенье в Индии, как считается, достигнет 626,4 тыс. тонн (+10,1% относительно объема продаж 2023 г.).

Также 10,9% (321,9 тыс. тонн) и 10,8% (317,1 тыс. тонн) всего объема потребления мучных кондитерских изделий Индии в 2023 г. пришлось, соответственно, на торты и печенье с начинкой. К 2028 г. прогнозируется увеличение потребления данных видов мучных кондитерских изделий на 27,1% (до 409,2 тыс. тонн) и 17,0% (до 370,9 тыс. тонн тортов) соответственно. При этом считается, что наиболее быстрыми темпами в 2024–2028 гг. в Индии будет увеличиваться объем потребления выпечки — в среднем на 9,0% ежегодно или на 54,8% к концу периода (по сравнению с уровнем 2023 г.).

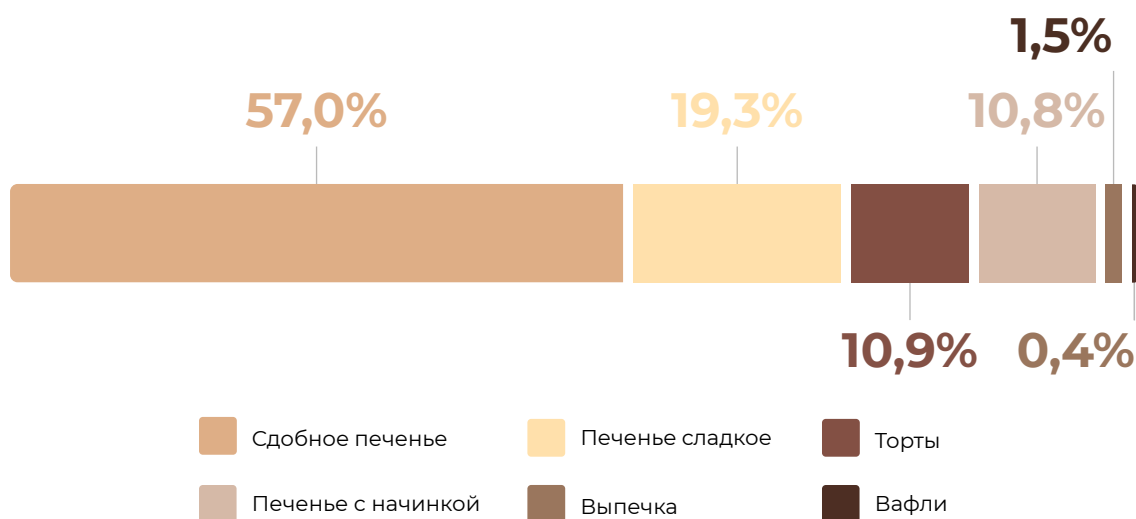
Табл. 4. Структура потребления мучных кондитерских изделий в Индии по видам в натуральном выражении, 2019–2028 гг., тыс. тонн

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
Сдобное печенье	1 512,6	1 598,3	1 630,9	1 659,0	1 677,8	1 711,8	1 742,0	1 768,2	1 794,1	1 818,0
Печенье сладкое	506,1	558,8	564,5	553,7	568,9	571,9	583,2	596,0	610,6	626,4
Торты	301,9	261,0	285,2	304,3	321,9	338,5	355,7	372,9	390,8	409,2
Печенье с начинкой	283,4	281,3	293,7	305,5	317,1	328,8	339,9	350,9	361,0	370,9
Выпечка	42,1	31,3	34,6	38,8	42,9	47,0	51,4	56,1	61,1	66,4
Вафли	11,6	11,4	12,1	12,4	12,7	13,0	13,2	13,4	13,6	13,7
Итого	2 657,8	2 742,2	2 821,0	2 873,6	2 941,3	3 011,1	3 085,4	3 157,5	3 231,2	3 304,7

Источник: EMIS, Euromonitor International



Рис. 14. Структура потребления мучных кондитерских изделий в Индии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Первое место в структуре продаж мучных кондитерских изделий в Индии занимает сдобное печенье, на которое в 2023 г. пришлось 34,7% всего объема реализованной продукции в стоимостном выражении. За 2022–2023 гг. объем продаж сдобного печенья в стране практически не изменился (+0,5%), при этом ранее спрос на товары данной категории рос заметно — на 7,4% в 2021 г. и на 4,6% в 2020 г. Более быстрого повышения цен на самое востребованное в Индии печенье в последние годы удастся избежать в т.ч. за счет строгого государственного контроля за ценами на муку — правительство страны регулярно проводит соответствующие интервенции, а также ограничивает экспорт муки в случае угрозы дефицита сырья на рынке. Ожидается, что в 2024–2028 гг. объем продаж сдобного печенья в Индии будет увеличиваться в среднем на 4,8% ежегодно и к 2028 г. превысит 2,9 млрд долл. США (+26,3% относительно уровня 2023 г.).

Вторым по популярности видом мучных кондитерских изделий в Индии является сладкое печенье с долей 30,1% в общей структуре продаж по итогам 2023 г. В 2019–2023 гг. спрос на данный вид продукции в стране рос наиболее быстрыми темпами — в среднем на 5,5% ежегодно, в результате за пять лет объем продаж индийского сладкого печенья увеличился на 31,0%. Согласно прогнозам, в 2024–2028 гг. среднегодовые темпы прироста в данной категории составят 6,0%, и по итогам периода общий объем продаж сладкого печенья в Индии достигнет 2,6 млрд долл. США.

Кроме того, 19,5% и 13,0% общего объема продаж мучных кондитерских изделий в Индии в 2023 г. пришлось, соответственно, на печенье с начинкой (1,3 млрд долл. США) и торты (863,9 млн долл. США). В краткосрочной перспективе указанные категории, как ожидается, будут демонстрировать заметный рост — объем продаж печенья с начинкой к 2028 г. увеличится на 46,9% по сравнению с уровнем 2023 г., тортов — на 48,1%.

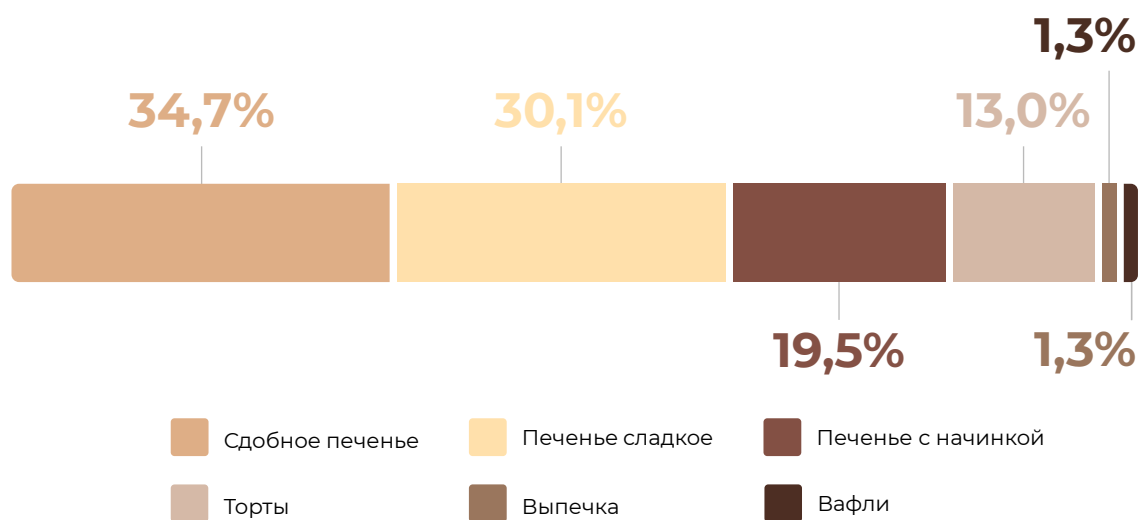
Табл. 5. Структура продаж мучных кондитерских изделий в Индии по видам в стоимостном выражении, 2019–2028 гг., млн долл. США

Наименование	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	2026*	2027*	2028*
Сдобное печенье	2 046,5	2 141,3	2 299,9	2 300,2	2 311,8	2 396,1	2 537,8	2 670,2	2 797,5	2 919,9
Печенье сладкое	1 530,9	1 695,4	1 869,1	1 951,4	2 004,8	2 101,1	2 246,5	2 382,2	2 514,0	2 648,2
Печенье с начинкой	1 020,7	1 065,0	1 162,6	1 254,8	1 301,3	1 387,7	1 509,1	1 638,0	1 771,3	1 911,3
Торты	688,4	682,7	752,1	804,2	863,9	957,1	1 034,1	1 112,0	1 193,0	1 279,1
Выпечка	71,3	70,2	72,2	78,7	86,5	96,7	104,9	113,1	121,4	130,1
Вафли	70,1	72,7	83,5	86,6	89,1	94,3	100,8	107,2	113,5	120,0
Итого	5 427,9	5 727,3	6 239,3	6 475,9	6 657,2	7 033,0	7 533,2	8 022,7	8 510,6	9 008,6

Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз.

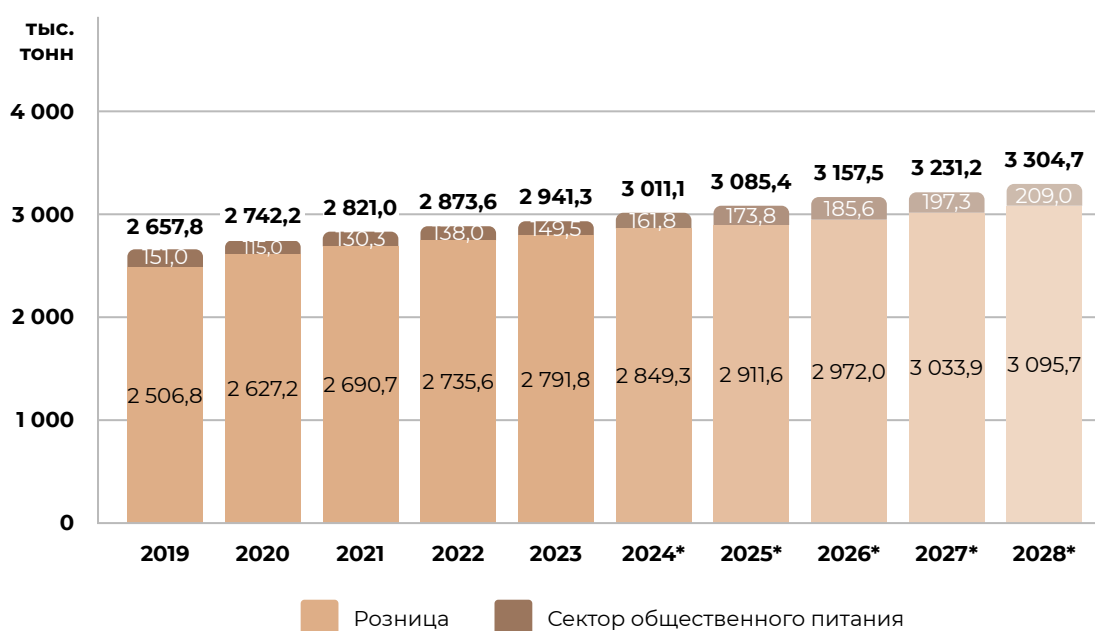
Рис. 15. Структура продаж мучных кондитерских изделий в Индии по видам в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Мучные кондитерские изделия в Индии реализуются в основном через сектор розничной торговли, на который в 2019–2023 гг. стабильно приходилось более 94% всего объема потребления данной продукции в натуральном выражении. В 2023 г. в розничных магазинах индийцы приобрели около 2,8 млн тонн мучных кондитерских изделий, в то время как продажи в секторе общественного питания составили 149,5 тыс. тонн. При этом в сегменте общественного питания реализуются сравнимые объемы сдобного печенья (48,4%) и тортов (33,4%), тогда как в розничном канале на сдобное печенье приходится основная доля продаж (57,5%).

Рис. 16. Структура потребления мучных кондитерских изделий Индии по каналам сбыта, 2019–2028 гг., тыс. тонн



Источник: Euromonitor International

Примечание. *Прогноз.

Экспорт и импорт

Индия является нетто-экспортером мучных кондитерских изделий благодаря последовательному наращиванию внутреннего производства, государственной поддержке отрасли и наличию спроса на индийскую продукцию за рубежом. В 2019–2023 гг. объем экспорта мучных кондитерских изделий республики превышал объем их импорта в среднем в 9,3 раза в натуральном выражении и в 6,2 раза в стоимостном. При этом поставляет Индия, в основном, сладкое сухое печенье в государства Европы, Северной Америки и Ближнего Востока, в то время как закупает преимущественно прочие мучные кондитерские изделия в странах Юго-Восточной и Южной Азии.

Экспорт

В 2023 г. экспорт мучных кондитерских изделий Индии составил 358,7 тыс. тонн или 540,2 млн долл. США, что выше уровня 2022 г. на 14,3% в натуральном выражении и на 12,5% в стоимостном. В 2014–2023 гг. значение показателя ежегодно увеличивалось в среднем на 6,2% в натуральном и 6,7% в стоимостном выражении, всего за десять лет объем поставок вырос с 308,5 тыс. тонн и 300,6 млн долл. США до 358,7 тыс. тонн и 540,2 млн долл. США. При этом с 2021 г. индийский экспорт рассматриваемой продукции растет опережающими темпами — в среднем на 16,9% в натуральном и 15,9% в стоимостном выражении ежегодно.

Крупнейшими покупателями мучных кондитерских изделий из Индии являются страны с наиболее многочисленными индийскими диаспорами — США, ОАЭ, Великобритания и Канада (на них в 2023 г. пришлось 32,4% всего объема экспорта в стоимостном выражении). Также большие объемы индийского печенья и сухарей закупают африканские государства, где продукция из Индии пользуется заметным спросом, прежде всего, за счет низкой цены.

В структуре экспорта мучных кондитерских изделий Индии в 2023 г. основную долю занимало сладкое сухое печенье — 73,1% поставок в натуральном выражении и 60,2% в стоимостном. Также стабильно большой объем приходится на прочие мучные кондитерские изделия — 21,2% и 29,8% соответственно.

Рис. 17. Экспорт мучных кондитерских изделий Индии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



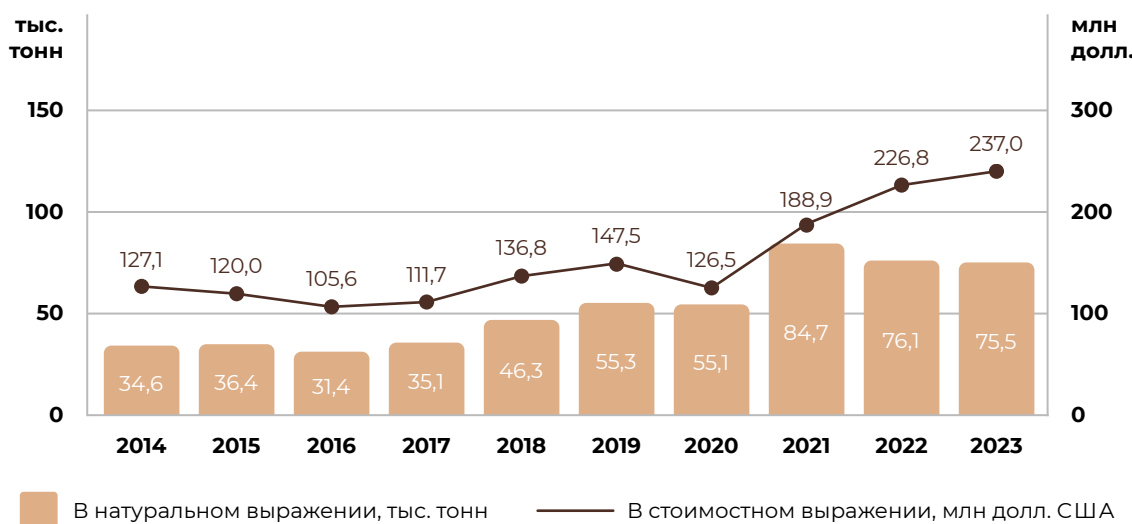
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1905.

Импорт

В 2023 г. объем импорта кондитерских изделий Индии составил 75,5 тыс. тонн на рекордную сумму 238,0 млн долл. США, что выше уровня 2014 г. в 2,2 раза в натуральном выражении и на 87,2% в стоимостном. При этом значение показателя в натуральном выражении достигло пика в 2021 г. (84,7 тыс. тонн) и в последние годы снижается, в то время как объем закупок в стоимостном выражении продолжает увеличиваться. Данная тенденция объясняется существенным повышением средних цен на продукцию основных стран-экспортеров, а также достаточным уровнем самообеспечения страны кондитерскими изделиями. В целом среднегодовые темпы роста импорта кондитерских изделий Индии в 2014–2023 гг. составили 9,1% в натуральном выражении и 7,2% в стоимостном (до 2022 г. заметные локальные спады также наблюдались в 2016 г. и 2020 г.).

Рис. 18. Импорт кондитерских изделий Индии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1704, 1806, 1905.

В структуре импорта кондитерских изделий Индии в натуральном выражении в 2018–2023 гг. наибольшую долю занимали мучные кондитерские изделия, однако с 2022 г. наблюдается сокращение закупок данной категории товаров (в среднем на 16,7% ежегодно). В связи с этим доля мучных кондитерских изделий в общей структуре уменьшилась с почти половины в 2020–2021 гг. до 38,7% в 2023 г. На шоколад и шоколадные кондитерские изделия в 2023 г. пришлось 34,7% всего объема индийского импорта кондитерских изделий в натуральном выражении (26,2 тыс. тонн), на сахаристые кондитерские изделия — 26,7% (20,1 тыс. тонн). При этом еще в 2014 г. мучные кондитерские изделия занимали наименьшую долю в общей структуре импорта данной товарной группы (21,1%), в то время как на сахаристые кондитерские изделия приходилось 25,1% (8,7 тыс. тонн), на шоколадные — 53,5% (18,5 тыс. тонн).

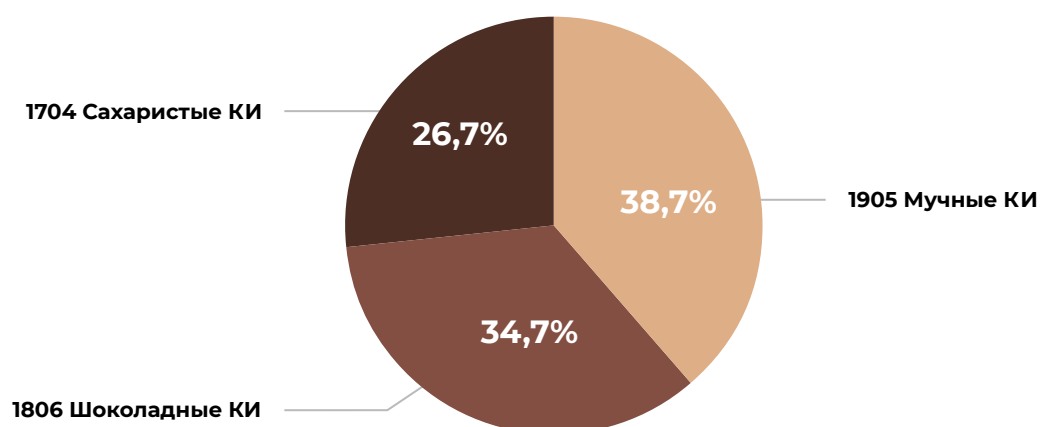
Табл. 6. Структура импорта кондитерских изделий Индии по видам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Мучные КИ	7,3	10,5	8,7	11,0	16,3	22,8	26,6	42,1	34,0	29,2	38,7
Шоколадные КИ	18,5	15,6	14,0	12,9	15,9	17,2	14,7	19,8	24,2	26,2	34,7
Сахаристые КИ	8,7	8,6	8,7	11,2	14,1	15,3	13,8	22,8	17,9	20,1	26,7
Итого	34,6	34,6	31,4	35,1	46,3	55,3	55,1	84,7	76,1	75,5	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1704, 1806, 1905.

Рис. 19. Структура импорта кондитерских изделий Индии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1704, 1806, 1905.

В структуре импорта кондитерских изделий Индии в стоимостном выражении в 2023 г. основная часть пришлась на шоколад и шоколадные кондитерские изделия, доля которых составила 54,1% (или 128,9 млн долл. США). По сравнению с уровнем 2022 г. объем импорта данной продукции увеличился 15,9%, относительно значения 2014 г. — на 40,1%. На мучные кондитерские изделия в 2023 г. пришлось 33,5% объема импорта кондитерских изделий Индии в стоимостном выражении или 79,8 млн долл. США, что на 8,9% ниже значения предыдущего года. Наименьшую долю среди рассматриваемой продукции в структуре индийского импорта стабильно занимают сахаристые кондитерские изделия — в 2023 г. такая продукция составила 12,3% общего объема или 29,3 млн долл. США (4,3% по сравнению с уровнем 2022 г.).

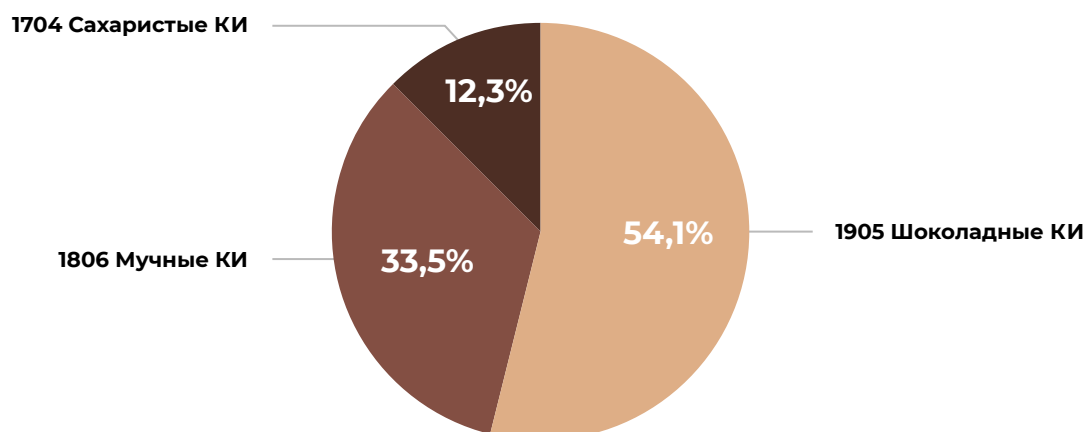
Табл. 7. Структура импорта кондитерских изделий Индии по видам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Мучные КИ	92,0	74,4	68,7	67,7	75,6	76,7	55,9	79,7	111,1	128,9	54,1
Шоколадные КИ	19,5	31,0	19,8	25,2	39,2	48,3	52,9	81,0	87,6	79,8	33,5
Сахаристые КИ	15,7	14,6	17,2	18,8	21,9	22,5	17,7	28,3	28,1	29,3	12,3
Итого	127,1	120,0	105,6	111,7	136,8	147,5	126,5	188,9	226,8	238,0	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1704, 1806, 1905.

Рис. 20. Структура импорта кондитерских изделий Индии по видам в стоимостном выражении, 2023 г., %

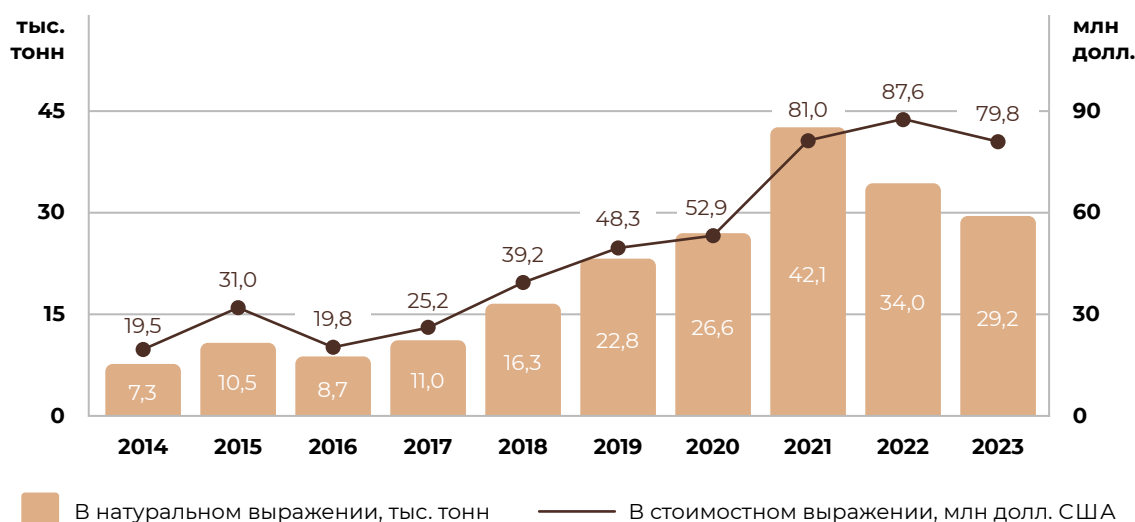


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1704, 1806, 1905.

Объем импорта мучных кондитерских изделий Индии постепенно увеличивался в 2016–2021 гг. в среднем на 37,8% в год в натуральном и на 33,8% в год в стоимостном выражении. Затем на фоне заметного увеличения внутреннего производства и повышения мировых цен поставки рассматриваемой продукции в страну начали сокращаться в натуральном выражении с 2022 г. и в стоимостном с 2023 г. В результате В 2023 г. периода Индия закупила 29,2 тыс. тонн мучных кондитерских изделий на 79,8 млн долл. США, что выше уровня 2014 г. в 4,0 раза в натуральном выражении и в 4,1 раза в стоимостном, однако при этом на 30,6% меньше в весе относительно рекордного значения 2021 г. и на 8,9% меньше в денежном выражении по сравнению с объемом 2022 г.

Рис. 21. Импорт мучных кондитерских изделий Индии в натуральном и стоимостном выражении, 2014–2023 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 1905.

В 2014–2023 гг. основу поставок мучных кондитерских изделий в Индию в натуральном выражении составляли прочие мучные кондитерские изделия, доля которых к 2023 г. выросла до 68,1% общего объема импорта или 88,8 тыс. тонн (в 2014 г. на данную продукцию приходилось 40,7% общего объема). По сравнению с уровнем 2022 г. объем импорта прочих мучных кондитерских изделий увеличился на 8,8%. Также за 2014–2023 гг. в структуре закупок мучных кондитерских изделий Индии в натуральном выражении с 6,9% до 13,5% увеличилась доля сухарей, гренок и аналогичных обжаренных продуктов.

В то же время за рассматриваемый период в индийском импорте сократилась доля сладкого сухого печенья (с 21,7% до 11,0%), а также вафель и вафельных облаток (с 7,1% до 30,5%), что обусловлено не столько уменьшением из закупок (импорт сладкого сухого печенья, например, напротив, за 10 лет вырос вдвое), сколько опережающим ростом импорта прочих мучных изделий и сухарей.

Стабильно незначительной в импорте Индии мучных кондитерских изделий остается доля хрустящих хлебцев и имбирного печенья — страна ежегодно закупает не более 300 тонн подобной продукции.



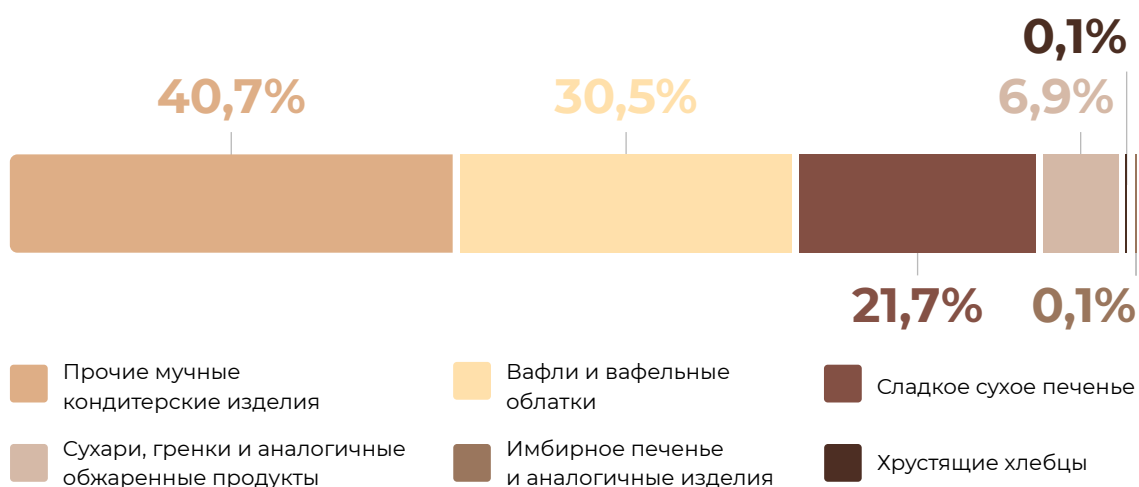
Табл. 8. Структура импорта мучных кондитерских изделий Индии по ассортименту в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Прочие мучные кондитерские изделия	3,0	4,0	3,2	3,9	5,4	6,0	11,6	21,8	18,3	19,9	68,1
Сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты	0,5	1,4	1,9	3,1	4,4	7,2	7,9	13,4	8,2	4,0	13,5
Сладкое сухое печенье	1,6	1,9	1,8	2,2	3,4	3,1	2,8	3,6	5,0	3,2	11,0
Вафли и вафельные облатки	2,2	3,1	1,8	1,7	2,9	6,2	4,2	3,2	2,4	2,1	7,1
Хрустящие хлебцы	0,01	0,04	0,1	0,1	0,2	0,2	0,05	0,1	0,04	0,1	0,2
Имбирное печенье и аналогичные изделия	0,01	—	0,002	—	0,02	0,01	0,01	0,01	0,04	0,01	0,02
Итого	7,3	10,5	8,7	11,0	16,3	22,8	26,6	42,1	34,0	29,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

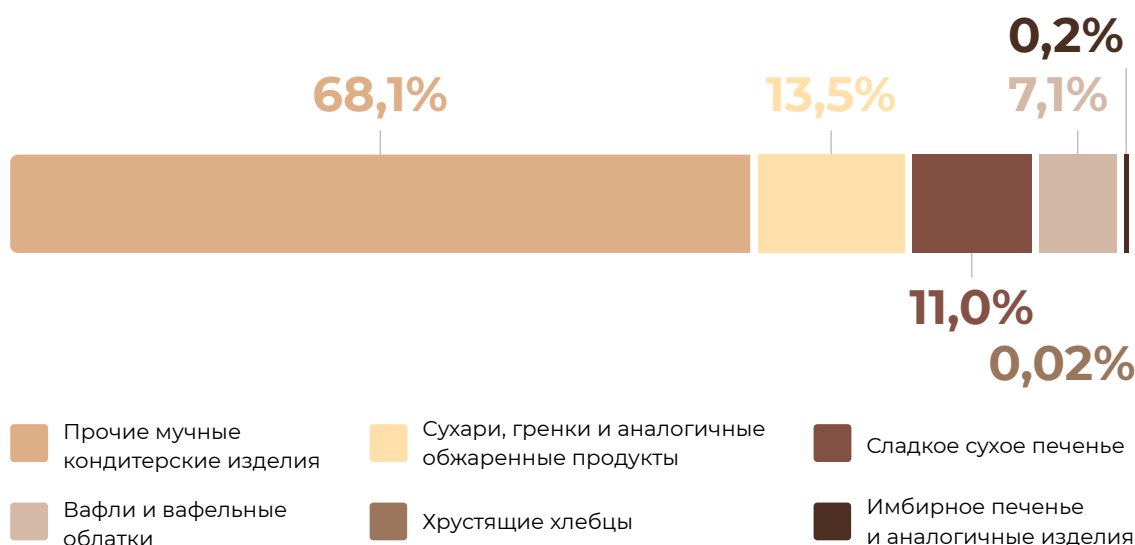
Рис. 22. Структура импорта мучных кондитерских изделий Индии по ассортименту в натуральном выражении, 2014 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

Рис. 23. Структура импорта мучных кондитерских изделий Индии по ассортименту в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

В структуре импорта мучных кондитерских изделий Индии в стоимостном выражении большую часть стабильно занимают прочие мучные кондитерские изделия. Доля данной продукции в индийских закупках 2023 г. составила 70,7% (или 56,4 млн долл. США). По сравнению с 2022 г. импорт прочих мучных кондитерских изделий в страну увеличился на 11,0%, относительно 2014 г. — в 7,4 раза.

На сладкое сухое печенье в 2023 г. пришлось 11,9% индийского импорта мучных кондитерских изделий в стоимостном выражении (9,5 млн долл. США), на вафли и вафельные облатки — 8,7% (6,9 млн долл. США), на сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты — 8,5% (6,8 млн долл. США). По сравнению с уровнем 2022 г. объем закупок страной перечисленных категорий товаров в стоимостном выражении сократился на 31,7%, 10,6% и 54,4% соответственно. Доля сладкого сухого печенья, а также вафель и вафельных облаток в общей структуре индийского импорта мучных кондитерских изделий за последние 10 лет также сократилась: в 2014 г. на такие продукты приходилось 27,8% и 28,1% всех закупок соответственно. Доля сухарей, напротив, увеличилась по сравнению с 4,4% в начале рассматриваемого периода.

Объемы импорта хрустящих хлебцев и имбирное печенье в Индии традиционно небольшие — ежегодно страна закупает такой продукции на сумму не более 400 тыс. долл. США.

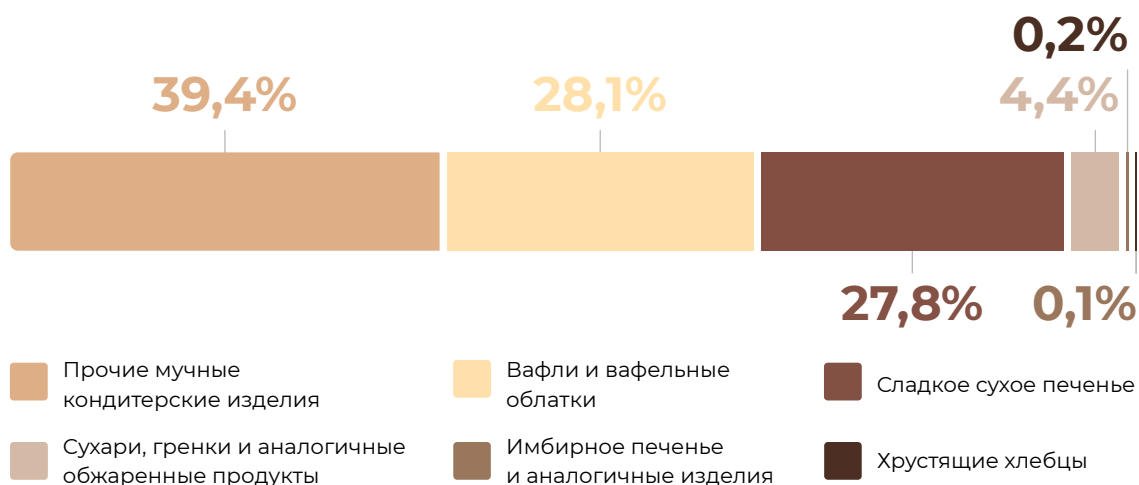
Табл. 9. Структура импорта мучных кондитерских изделий Индии по ассортименту в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

Наименование	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
Прочие мучные кондитерские изделия	7,7	10,7	6,5	9,6	14,7	15,8	23,9	41,5	50,8	56,4	70,7
Сладкое сухое печенье	5,4	5,7	5,5	6,1	9,7	8,5	7,6	9,9	13,9	9,5	11,9
Вафли и вафельные облатки	5,5	12,4	4,4	4,1	7,1	12,7	9,8	10,2	7,8	6,9	8,7
Сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты	0,9	2,1	3,1	5,2	7,4	10,9	11,5	19,1	14,9	6,8	8,5
Хрустящие хлебцы	0,03	0,1	0,2	0,1	0,3	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
Имбирное печенье и аналогичные изделия	0,04	—	0,01	—	0,1	0,03	0,05	0,1	0,1	0,03	0,04
Итого	19,5	31,0	19,8	25,2	39,2	48,3	52,9	81,0	87,6	79,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

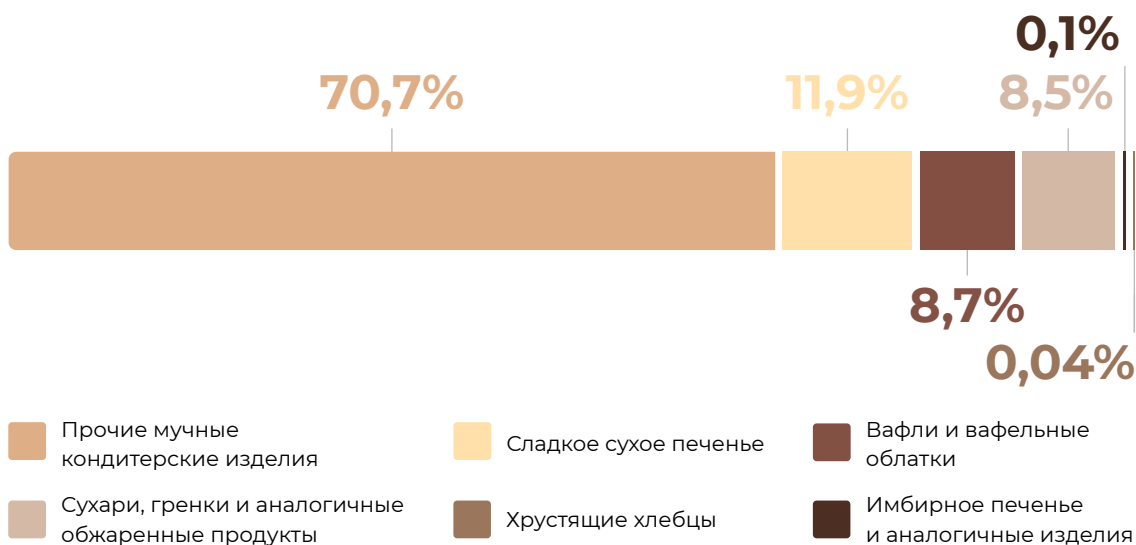
Рис. 24. Структура импорта мучных кондитерских изделий Индии по ассортименту в стоимостном выражении, 2014 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

Рис. 25. Структура импорта мучных кондитерских изделий Индии по ассортименту в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

В структуре импорта мучных кондитерских изделий Индии в натуральном выражении лидирующие позиции занимают Индонезия, Бангладеш и Малайзия — суммарно на указанные страны в 2023 г. пришлось 82,9% индийских закупок рассматриваемой продукции. Такая олигополия сформировалась преимущественно в последние 10 лет — в 2014 г. на перечисленные государства-экспортеры приходилось чуть более половины поставок данной продукции в Индию в натуральном выражении.

Индонезия является крупнейшим поставщиком мучных кондитерских изделий в Индию с объемом поставок в 2023 г. на уровне 10,6 тыс. тонн (36,2% от общей величины импорта страны). Относительно 2022 г. объем импорта данной продукции из Индонезии снизился на 12,7% в натуральном выражении.

Вторым крупным экспортером мучных кондитерских изделий в Индию в 2023 г. являлся Бангладеш, объем поставок которого в 2023 г. снизился на 29,3% до 9,3 тыс. тонн (32,0% от общего объема импорта данной продукции). При этом с 2014 г. объем экспорта увеличился почти в 19 раз в натуральном выражении. Наибольших значений объем импорта мучных кондитерских изделий Индии из Бангладеш достигал в 2021 г. (20,1 тыс. тонн).

Малайзия остается третьим по величине поставщиком мучных кондитерских изделий на рынок Индии уже более 9 лет. В 2023 г. объем поставок данной продукции на индийский рынок составил 4,3 тыс. тонн, снизившись на 5,5% относительно уровня 2022 г. и обеспечив долю в 14,7% от общей величины импорта.

Табл. 10. Импорт мучных кондитерских изделий Индии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Индонезия	1,9	2,1	1,6	1,7	4,2	7,6	8,4	14,6	12,1	10,6	36,2
2	Бангладеш	0,5	2,1	2,1	3,5	4,9	8,5	11,7	20,1	13,2	9,3	32,0
3	Малайзия	1,4	1,3	1,5	2,1	2,6	2,7	3,1	3,7	4,6	4,3	14,7
4	ОАЭ	0,6	0,4	0,4	0,6	0,5	0,5	0,7	0,9	1,0	1,2	4,1
5	Таиланд	0,2	0,1	0,1	0,1	0,4	0,2	0,2	0,1	0,3	0,4	1,5
6	Бельгия	0,01	0,03	0,03	0,03	0,03	0,05	0,05	0,1	0,2	0,3	1,1
7	Республика Корея	0,01	0,02	0,1	0,03	0,1	0,01	0,01	0,03	0,02	0,3	1,1
8	Турция	0,2	0,1	0,2	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3	1,1
9	Вьетнам	0,3	0,6	0,2	0,2	0,4	0,4	0,4	0,3	0,4	0,3	1,0
10	Франция	0,02	0,002	0,01	0,02	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	1,0
	Прочие страны	2,3	3,7	2,4	2,5	3,0	2,5	1,9	1,9	1,8	1,8	6,3
	Итого	7,3	10,5	8,7	11,0	16,3	22,8	26,6	42,1	34,0	29,2	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

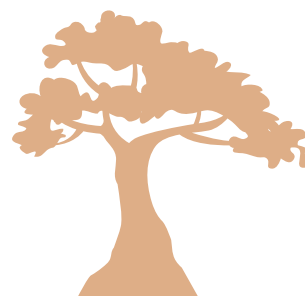
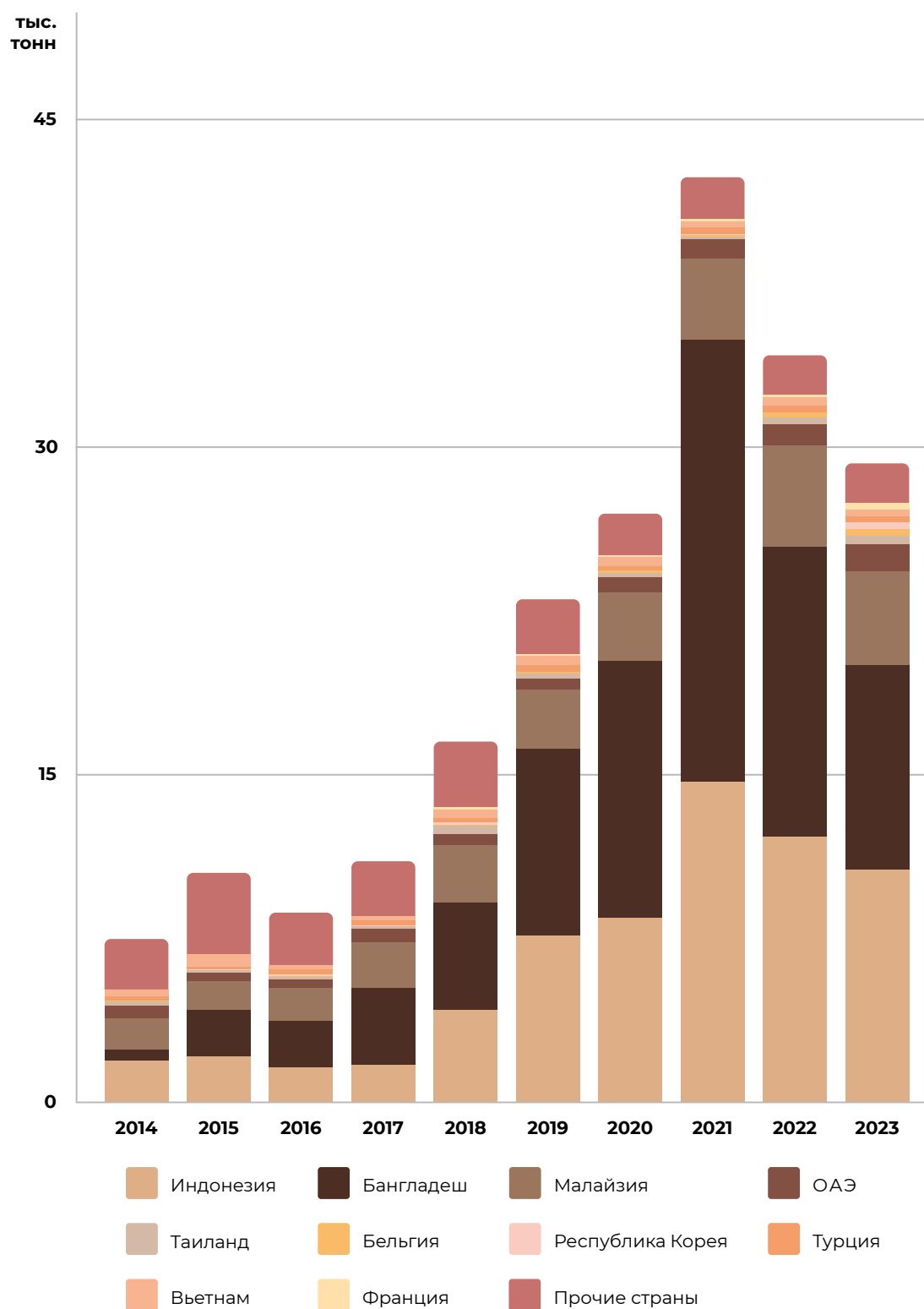


Рис. 26. Импорт мучных кондитерских изделий Индии по странам в натуральном выражении, 2014–2023 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

Основной объем импорта мучных кондитерских изделий Индии в стоимостном выражении в 2023 г. пришелся на продукцию из Индонезии (29,4% объема импорта данных товаров или 23,4 млн долл. США), Малайзии (29,0% или 23,1 млн долл. США) и Бангладеш (21,5% или 17,2 млн долл. США). На долю прочих стран в 2023 г. пришлось 20,1% от общего объема импорта мучных кондитерских изделий или 16,0 млн долл. США.

Несмотря на снижение объемов поставок Малайзии в натуральном выражении в 2023 г., в стоимостном отмечался рост на 4,5%. Наиболее стабильно в последние годы увеличивался импорт мучных кондитерских изделий из Бельгии (среднегодовой темп прироста в 2019-2023 гг. составил +59,5%), ОАЭ (+27,4% в год) и Франции (+26,6%).

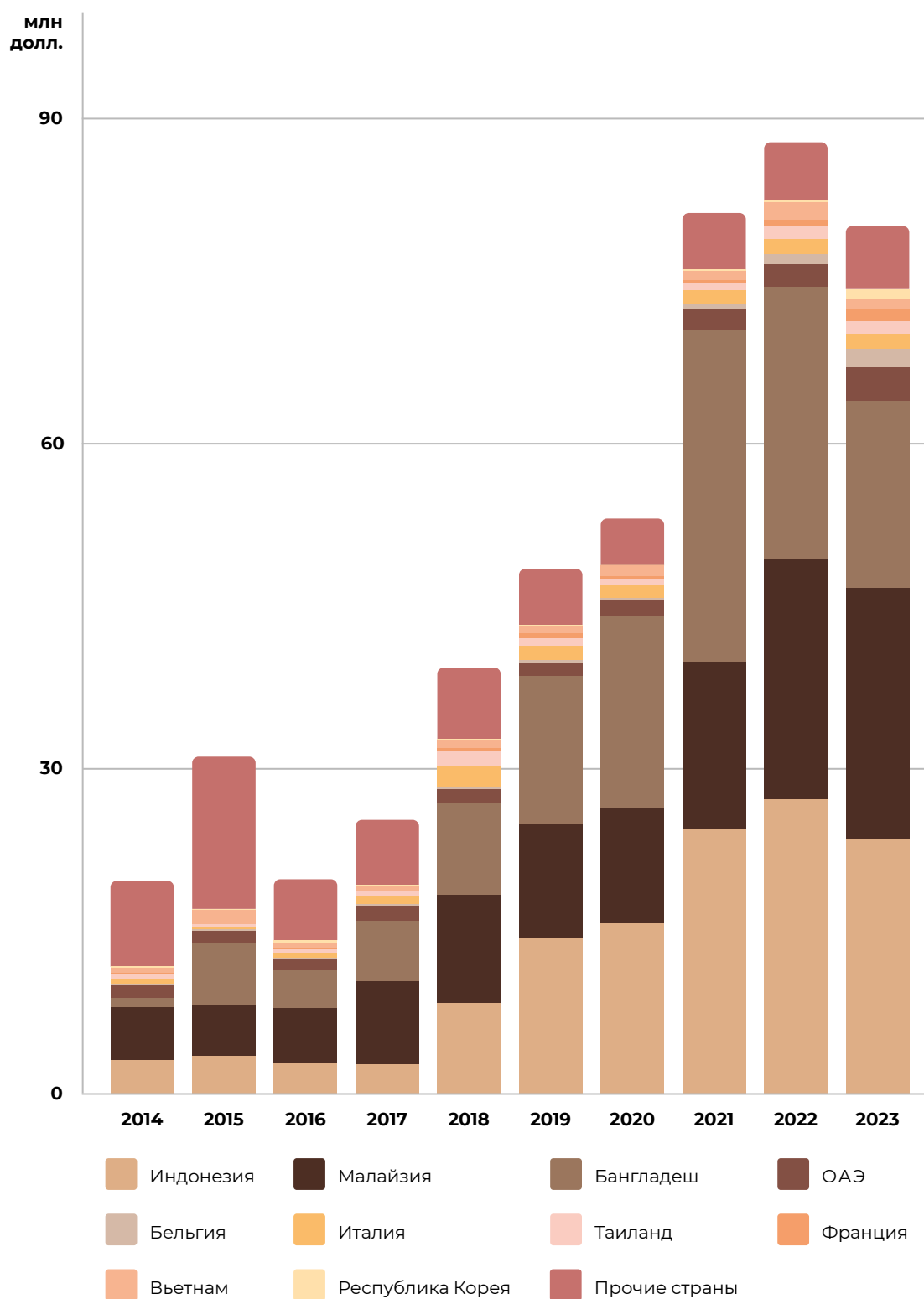
Табл. 11. Импорт мучных кондитерских изделий Индии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Доля в 2023 г., %
1	Индонезия	3,1	3,5	2,8	2,7	8,4	14,4	15,7	24,3	27,1	23,4	29,4
2	Малайзия	4,9	4,6	5,1	7,7	9,9	10,4	10,6	15,4	22,1	23,1	29,0
3	Бангладеш	0,8	5,7	3,4	5,5	8,5	13,6	17,6	30,6	25,0	17,2	21,5
4	ОАЭ	1,2	1,2	1,1	1,4	1,2	1,2	1,5	1,9	2,1	3,1	3,9
5	Бельгия	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,3	0,2	0,4	0,9	1,7	2,1
6	Италия	0,4	0,3	0,4	0,7	2,0	1,3	1,1	1,3	1,4	1,4	1,8
7	Таиланд	0,5	0,2	0,4	0,5	1,3	0,7	0,6	0,6	1,2	1,1	1,4
8	Франция	0,1	0,01	0,04	0,1	0,3	0,4	0,3	0,3	0,6	1,1	1,3
9	Вьетнам	0,5	1,3	0,5	0,4	0,7	0,7	1,0	0,9	1,6	1,0	1,2
10	Республика Корея	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1	0,04	0,1	0,1	0,9	1,2
	Прочие страны	7,9	14,0	5,6	6,0	6,6	5,2	4,3	5,2	5,4	5,8	7,2
	Итого	19,5	31,0	19,8	25,2	39,2	48,3	52,9	81,0	87,6	79,8	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

Рис. 27. Импорт мучных кондитерских изделий Индии по странам в стоимостном выражении, 2014–2023 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

Средняя импортная цена на мучные кондитерские изделия в 2023 г. составила 2 731 долл. США за тонну, что на 6,0% больше по сравнению с 2022 г. Показатель достиг наибольшего за 2016-2023 гг. значения, превысив уровень 2,7 тыс. долл. США за тонну.

В 2023 г. наиболее дорогими импортными мучными кондитерскими изделиями стала продукция из Малайзии, импортные цены на которую составили 5 382 долл. США за тонну (почти вдвое выше средней цены), увеличившись на 10,6% по отношению к 2021 г. Также высокие цены отмечались на итальянские кондитерские изделия — 5 343 долл. США за тонну (+95,7% к средней цене) и продукцию из Бельгии — 4 976 долл. США за тонну (+82,2%).

Средние импортные цены на мучные кондитерские изделия из Бангладеш и Индонезии оставались в 2023 г. значительно ниже среднего уровня импортных цен. В 2023 г. продукция из Бангладеш импортировалась по цене 1 837 долл. США за тонну (на 32,7% ниже средних цен), из Индонезии — 2 217 долл. США за тонну (на 18,8% ниже).

Табл. 12. Средняя импортная цена на мучные кондитерские изделия по странам-экспортерам, 2014–2023 гг., долл. США / тонна

Экспортер	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Отклонение от средней цены в 2023 г., %
Средняя цена	2 661	2 967	2 263	2 290	2 400	2 120	1 990	1 924	2 577	2 731	—
Малайзия	3 530	3 494	3 449	3 688	3 796	3 897	3 433	4 206	4 866	5 382	97,1
Италия	4 538	3 375	3 563	3 508	3 166	3 739	4 249	6 000	6 279	5 343	95,7
Бельгия	4 429	2 300	3 882	3 677	5 375	5 354	4 400	4 270	4 375	4 976	82,2
Франция	3 591	5 500	4 100	3 737	3 940	3 806	3 667	3 972	4 391	3 670	34,4
Вьетнам	1 909	2 274	2 013	1 850	1 689	1 595	2 693	3 580	4 137	3 397	24,4
Республика Корея	4 818	4 813	4 833	5 286	1 520	5 800	6 000	4 188	6 700	3 013	10,3
Таиланд	2 348	4 196	2 590	4 008	3 605	3 046	3 372	4 556	4 394	2 589	-5,2
ОАЭ	2 220	2 815	2 478	2 416	2 553	2 449	2 194	2 017	2 185	2 562	-6,2
Индонезия	1 633	1 652	1 750	1 591	1 983	1 901	1 882	1 657	2 236	2 217	-18,8
Бангладеш	1 642	2 733	1 571	1 582	1 744	1 605	1 511	1 522	1 890	1 837	-32,7

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 1905.

Табл. 13. Основные страны-экспортеры мучных кондитерских изделий на рынок Индии в 2023 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Индонезия	29,4	- Индонезия — крупный региональный производитель муки и выпечки, входящий также, наряду с Турцией и Малайзией, в тройку крупнейших экспортеров мучных кондитерских изделий в Азии; - В 2023 г. страна поставила за рубеж свыше 330 тыс. тонн мучных кондитерских изделий на сумму более 890 млн долл. США, что выше уровня 2019 г. на 17,4% в натуральном выражении и на 31,7% в стоимостном; - В структуре поставок индонезийской выпечки на внешние рынки преобладают сладкое сухое печенье (47,6% общего объема в стоимостном выражении по итогам 2023 г.), а также вафли и вафельные облатки (44,1%); - Основными покупателями индонезийских мучных кондитерских изделий традиционно выступают Китай и страны-партнеры Индонезии по ASEAN, при этом Индия также стабильно входит в топ-10 основных экспортных направлений для местных производителей; - В структуре экспорта мучных кондитерских изделий из Индонезии в Индию в 2023 г. наибольшую долю занимали прочие мучные кондитерские изделия (84,7% общего объема поставок или 19,8 млн долл. США); - Между Индией и ASEAN, членом которой является Индонезия, с 2010 г. действует соглашение о свободной торговле товарами, существенно упрощающее доступ индонезийских производителей на индийский рынок.
2	Малайзия	29,0	- Будучи крупным производителем мучных кондитерских изделий, в 2023 г. Малайзия заняла второе место в Азии по объему экспорта данной продукции в стоимостном выражении, впервые за последние годы опередив Индонезию; - Общий объем поставок мучных кондитерских изделий из Малайзии на мировой рынок в 2023 г. составил 285,2 тыс. тонн на сумму 925,7 млн долл. США, что больше, чем в 2019 г. на 14,9% в натуральном выражении и на 32,7% в стоимостном; - Индия входит в топ-15 основных направлений поставок малайзийских мучных кондитерских изделий, на страну приходится 1,8% экспорта выпечки Малайзии в натуральном выражении и 2,2% в стоимостном; - В структуре экспорта мучных кондитерских изделий из Малайзии в Индию в 2023 г. в стоимостном выражении наибольшую долю занимали прочие мучные кондитерские изделия (82,3% или 19,1 млн долл. США) и сладкое сухое печенье (15,3% и 3,5 млн долл. США); - Между Индией и ASEAN, членом которой является Малайзия, с 2010 г. действует соглашение о свободной торговле товарами, существенно упрощающее доступ малайзийских производителей на индийский рынок.

Продолжение табл. 13.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
3	Бангладеш	21,5	- В 2023 г. Бангладеш экспортировала мучных кондитерских изделий более чем на 50 млн долл. США и свыше трети данного объема пришлось на поставки в Индию, являющуюся главным покупателем бенгальской выпечки; - В Индию Бангладеш экспортирует преимущественно прочие мучные кондитерские изделия (58,1% общего объема экспорта в стоимостном выражении или 10,0 млн долл. США в 2023 г.), а также является крупнейшим поставщиком в страну сухарей, гренок и аналогичных обжаренных продуктов (37,8% или 6,5 млн долл. США); - Среди крупнейших поставщиков выпечки в Индию Бангладеш выделяется наибольшей географической и культурной близостью – страны имеют протяженную общую границу и исторически тесные экономические связи. Данное обстоятельство существенно сокращает логистические издержки и облегчает выход на рынок для бангладешских компаний; - Индия и Бангладеш являются сторонами действующего с 2006 г. соглашения о создании Южноазиатской зоны свободной торговли, в рамках которой к настоящему времени обнулены таможенные тарифы на большинство товаров, включая мучные кондитерские изделия. Кроме того, в 2015 г. страны подписали отдельное торговое соглашение, закрепившее за сторонами обязанность по взаимному применению режима наибольшего благоприятствования.

Источник: ITC Trade Map, открытые источники данных

2.2. Потребительские предпочтения

Печенье — популярный продукт в городах и сельской местности

Печенье, в том числе сладкое, считается доступным повседневным продуктом. По сравнению с другими упакованными пищевыми продуктами, печенье популярно как в городских, так и в сельских районах. Согласно экспертным оценкам, годовое потребление печенья на душу населения составило примерно 1,73 кг, причем в Восточной и Северной Индии потребление выше в натуральном выражении (галетное затяжное печенье, печенье с глюкозой), а в Южной Индии — в стоимостном (сдобное печенье). Наличие дешевой продукции локальных и национальных брендов обеспечивает высокий уровень потребления даже в отдаленных районах страны.

Мини-пекарни и сетевые пекарни удовлетворяют спрос на сладкую выпечку

Потребление тортов и пирожных растет в связи с изменением образа жизни потребителей и представлений об удобстве. Увеличивается спрос на выпечку с высокой пищевой ценностью, которую можно съесть «на ходу». Сети пекарен и мини-пекарни предлагают новые продукты — кексы, бисквиты, широкий ассортимент тортов и пирожных. Наибольшее потребление сладкой выпечки, включая торты и пирожные, характерны для западного и северного регионов Индии. При этом мини-пекарни присутствуют в каждом регионе и их популярность среди потребителей растет.

На севере Индии популярны сухари

Сухари — традиционное дополнение к чаю, особенно в Северной Индии. В современных розничных магазинах шаговой доступности присутствует продукция брендов Britannia и Parle. Кроме того, по всему региону в чайных киосках продаются местные варианты сухарей. Это делает продукт очень доступным для населения с низким уровнем доходов. Среди наиболее популярных изделий — обезжиренные хрустящие сухари «суджи» (из манной крупы) бренда Bonn и молочные тосты премиум-класса Veeta Day.

Печенье с улучшенными потребительскими свойствами

Повышенный интерес к здоровому питанию стимулирует спрос на полезные продукты, поскольку все больше индийских потребителей осознают, что чрезмерное потребление сахара может стать причиной ожирения и диабета. В ответ на изменение потребительского спроса в сегменте сладкого печенья появляются цельнозерновые продукты, например, печенье от бренда Whole Wheat Marie Gold. Производители начинают добавлять в свои линейки продукцию без глютена, обогащенную витаминами и минералами, «органические» изделия, печенье с пониженным содержанием сахара и искусственными подсластителями, а также с высоким содержанием клетчатки.

Уменьшение размера порций увеличивает число потребителей

Как международные, так и местные производители мучной кондитерской продукции экспериментируют с уменьшением размера порций. Среди наиболее заметных проектов в данной области следует отметить запуск индонезийской линейки крекеров бренда Gery Gone Mad. Небольшие порции печенья по умеренным ценам стали ассоциироваться у потребителей с продукцией повышенного качества. Вслед за производителями печенья и крекеров ведущие сети пекарен Индии также стали переходить на порционную упаковку для своей выпечки (например, пирожное бренда Mongini весом 25 г в индивидуальной упаковке). Следствием такой политики производителей стало изменение восприятия мучных кондитерских изделий с коротким сроком хранения представителями среднего класса — они перешли из категории редко доступных удовольствий в продукты для регулярного потребления.

Рост спроса на продукцию премиального качества и с традиционными вкусовыми добавками

Поскольку многие виды мучных кондитерских изделий в Индии исторически относились к категории деликатесов, ведущие производители печенья продолжают использовать особенности восприятия потребителей и расширяют линейки своей продукции за счет включения в них марок премиального качества. Примеры таких продуктов: Platina от Parle, Farmville от ITC, NutriChoice Essentials от Britannia. Премиальные мучные кондитерские изделия позиционируются производителями как «полезное удовольствие». Некоторые компании, например, Balaji Wafers, Prataap Snacks и Haldiram позиционируют свои изделия в премиальном сегменте как дорогое удовольствие, которое не предназначено для «перекуса на бегу». Все большим спросом начинают пользоваться мучные кондитерские изделия с необычными для кондитерской категории вкусами, созданными под влиянием индийской кухни, например, печенье из муки раги от Britannia Nutri Choice Essential и печенье с куркумой и семенами чиа.



2.3. Торгово-распределительная сеть

Более 90% мучных кондитерских изделий реализуется через розничные каналы продаж. Несмотря на то, что в 2020 г. из-за карантинных ограничений существенно снизился объем продукции, реализуемый через сектор общественного питания, общий объем продаж практически не снижался благодаря стабильному росту спроса в рознице.

Основным каналом сбыта для мучных кондитерских изделий в Индии остается продуктовая розница. Ниже приведены характеристики основных каналов сбыта, а также особенности их ассортимента, ценовой политики и маркетинговых инструментов.

Традиционная продуктовая розница

Продуктовые магазины Kirana² — популярный формат розничной торговли, особенно в малых городах и сельской местности. Доступность и удобство для местного населения обуславливают прочные позиции этого канала. Такие магазины работают по всей Индии.

Ассортимент и цены

На полках магазинов Kirana в основном представлены бюджетные продукты, например, простое печенье к чаю в упаковке весом 80–100 г. Популярностью также пользуются мини-пирожные в индивидуальной упаковке.

Маркетинг

Чаще всего рекламные акции реализуются совместными усилиями оптовых продавцов и владельцев брендов. Реклама бренда размещается в торговых точках и на транспортных средствах доставки для увеличения объемов продаж. Полки с продукцией выделяют (баннерами, этикетками и т.д.) для привлечения внимания потребителей. В крупных магазинах дополнительно оформляются витрины.

Игроки

В каждом крупном индийском городе есть магазины традиционной розницы, предлагающие широкий ассортимент продуктов питания. Примеры таких магазинов:

- **HM Morning** — сеть магазинов в состоятельном районе Южного Дели с широким ассортиментом индийских и импортных продуктов.
- **MP Store** — магазин в оживленном районе Бангалора, предлагающий широкий выбор индийских и импортных продуктов. Модернизирован при содействии Metro Group.
- **Sarvodaya** — супермаркет в оживленном районе Мумбаи, предлагающий широкий выбор индийских продуктов от бюджетного до премиального классов.

² Небольшой, как правило, семейный магазин, где продаются продукты питания и прочие товары.

Пекарни

Производство мучных кондитерских изделий с коротким сроком хранения — сегмент, в котором работает ограниченное количество производителей, но число принадлежащих им торговых точек неуклонно растет. Ведущих игроков рынка отличают хорошая санитария, использование квалифицированной рабочей силы, внедрение передовых технологий и ноу-хау.

Во многих городах Индии работают сетевые пекарни с сохранившимися семейными традициями производства выпечки, но они не оказывают значительного влияния на рынок мучных кондитерских изделий в масштабах страны.

Ассортимент и цены

В частных сетевых пекарнях и в магазинах шаговой доступности представлен схожий ассортимент продукции. Мучные кондитерские изделия, включая печенье, торты и выпечку, в основном продаются в неупакованном виде порциями от 100 г до 2 кг.

Маркетинг

Местные пекарни развивают продажи посредством «сарафанного радио». Сетевые мини-магазины для проведения рекламных акций используют социальные сети и активно участвуют в ярмарках. Для привлечения покупателей магазины могут проводить акции, предлагая комбо-наборы из кондитерских изделий или большее число товаров за меньшую цену.

Ведущие игроки

- **Mongini's** — одна из старейших сетевых пекарен Индии, предлагающая широкий выбор тортов, пирожных и печенья. Имеет репутацию производителя высококачественной продукции.
- **Theos** — пекарня в Дели, которая уделяет особое внимание качеству ингредиентов, многие из которых импортирует, и предлагает покупателям выпечку ресторанного уровня.
- **Theobroma** — национальная сеть, специализирующаяся на высококачественных пирожных и тортах преимущественно с шоколадным вкусом.
- **Frontier Biscuits** — сеть магазинов выпечки в Северной Индии, которая продает печенье ручной работы, изготовленное без использования яиц, в т.ч. в средней и премиальной ценовых категориях.
- **CK's Bakery** — сеть под управлением компании CavinKare (товары повседневного спроса), которая имеет магазины в Южной Индии и предлагает широкий выбор продуктов по ценам разных уровней.

Сети пекарен не торгуют продукцией национальных или региональных брендов. Такая продукция обычно реализуется через небольшие местные пекарни, которые стремятся стать универсальным местом для покупок.

Помимо сетевых и небольших местных пекарен, в Индии есть знаменитые пекарни, названия которых хорошо известны потребителям:

- **Nahoum & Sons** в Калькутте, известная своим фирменным способом нанесения глазури, высококачественной выпечкой и шоколадными пирожными;
- кондитерская **Merwans** в Мумбаи, известная большим выбором сладкой и пряной выпечки бюджетного и премиального сегментов;
- **Old Madras Baking** в Ченнаи, специализирующаяся на выпечке высококачественного домашней выпечки, а также предлагающая другие хлебобулочные изделия и торты.

Гипермаркеты/супермаркеты

В крупных современных магазинах, предлагающих широкий ассортимент разнообразных товаров, покупатели регулярно совершают покупки, особенно в крупных городах.

Ассортимент и цены

В супер- и гипермаркетах представлен широкий ассортимент мучных кондитерских изделий, в т.ч. премиального качества, в упаковках разного размера. Большинство таких товаров размещено в доступном для покупателей месте на кладки в зависимости от специфики продукции.

В отличие от традиционных розничных магазинов, где в основном предлагается продукция в небольших упаковках (весом 50 г), в крупных торговых точках бюджетная продукция часто продается в объемных упаковках «семейного» или мелкооптового форматов (500 г или 1 кг).

Супермаркеты предлагают линейки продуктов под собственными торговыми марками (например, Tasty Treat от Future Group и Tasty Wonders от Spencer's Retail), конкурируя с национальными брендами печенья, пирожных и сухарей в низком и среднем ценовых сегментах.

В специальных отделах продается свежая выпечка с ограниченным сроком хранения, которая позиционируется как полезная и вкусная продукция.

Маркетинг

Большие площади супер- и гипермаркетов позволяют использовать разнообразные маркетинговые технологии — от радио- и телерекламы до специали-

зированных торговых стеллажей и сезонных акций. В дни высокой посещаемости (выходные, праздничные дни и т.д.) проводится сэмплинг — бесплатная раздача «пробников» деликатесной продукции и продукции премиум-класса. Также организуются акции для владельцев карт лояльности, а в популярные печатные издания вкладываются рекламные брошюры.

Ведущие игроки

- **Reliance Retail** — владелец розничных магазинов различных форматов, таких как гипермаркеты Reliance Fresh и продуктовый онлайн-магазин Jio Mart. Недавно компания приобрела бизнес Future Retail с гипермаркетами Big Bazaar, гастрономическими магазинами Foodhall и магазинами шаговой доступности Easy Day. В них предлагается широкий ассортимент мучных кондитерских изделий.
- **Avenue** — владелец сети продуктовых гипермаркетов DMart, которая пользуется популярностью у потребителей традиционной и бюджетной выпечки.
- **Spencer's Retail**, входящая в RPG Group, управляет сетью гипермаркетов и магазинов шаговой доступности Spencer's. Недавно приобрела сеть магазинов Nature's Basket, в которых продают деликатесы.

Минимаркеты

Минимаркеты на автозаправочных станциях и в других местах с высоким уровнем проходимости работают круглосуточно и без выходных. Такие минимаркеты специализируются на продаже продуктов для быстрого перекуса.

Ассортимент и цены

Ассортимент продукции в минимаркетах ориентирован на средний и премиальный сегменты. Дешевое печенье и пирожные в таких магазинах не продаются. Как правило, продукция расфасована небольшими порциями.

Часто минимаркеты предлагают ассортимент сладких и пряных снеков собственных брендов, включая пирожные и выпечку, например, собственный ассортимент бренда 24 Seven.

Маркетинг

Большинство рекламных акций направлены на увеличение объема продаж, например, предложения по принципу «купи один — получи второй бесплатно», комбо-предложения и т.д. Некоторые рекламные акции имеют срок действия или приурочены к определенным событиям (фестивалям, праздникам).

Ведущие игроки

- **Godfrey Philips India** — табачная компания, управляющая сетью круглосуточных магазинов 24 Seven в Северной Индии.
- **Bharat Petroleum** — государственная нефтяная компания, управляющая сетью мини-маркетов In&Out, которые располагаются на заправочных станциях компании в престижных местах с высокой проходимостью.

HoReCa

Выпечка и сладкое печенье — традиционные продукты для HoReCa, особенно отелей и ресторанов, где подаются к завтраку или послеобеденному чаю. В этом сегменте широко представлены международные сети кафе и пекарен.

Ассортимент и цены

В сегменте HoReCa предлагается широкий ассортимент мучных кондитерских изделий по более высоким ценам, чем в традиционной рознице. Данный канал сбыта ориентирован на качество и эксклюзивность, поскольку посетители, разбирающиеся в мировых стандартах, готовы заплатить больше за качественную продукцию.

Маркетинг

Маркетинговые мероприятия в сегменте HoReCa ориентированы на особые события, национальные праздники и фестивали. Рекламные предложения могут включать поздний завтрак по выходным, распродажи продукции по вечерам (скидка 50% на отдельные товары после 19:00) и т.д. Игроки размещают рекламу в социальных сетях, а также печатных изданиях о еде и образе жизни.

Ведущие игроки

Экосистема HoReCa Индии включает как местные, так и международные гостиничные сети, сети ресторанов и несетевые рестораны и кафе.

Сети международных (Hilton, Starwood, Hyatt, JW Marriott) и индийских (Oberoi, Taj) отелей имеют собственные пекарни. Они предлагают свежую выпечку, приготовленную в соответствии с мировыми стандартами.

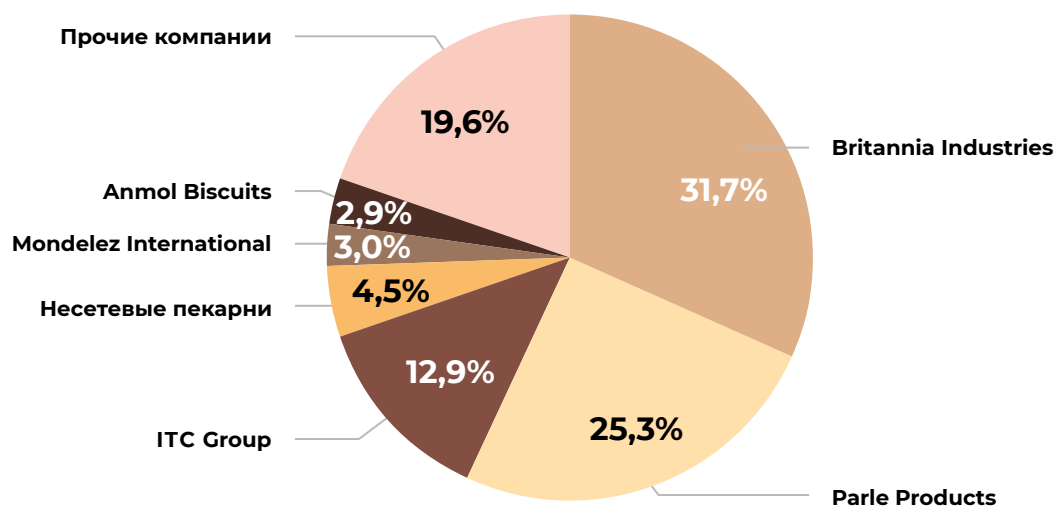
Сети ресторанов различаются в зависимости от кухни (индийская, восточная, европейская и т.д.) и концепции заведения. В сетевых кафе и ресторанах (Starbucks, Subway, Pizza Hut, Café Coffee Day, Chili's, Cinnabon, Dunkin Donuts, Krispy Kreme, Haldiram's, Bikanervala и др.) продается разнообразная выпечка, в частности, десерты.

Также сладкая выпечка входит в десертное меню несетевых ресторанов и кафе.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Крупнейшими компаниями на рынке мучных кондитерских изделий Индии являются Britannia Industries (бренд Britannia) — 31,7% от объема розничных продаж данной продукции в 2023 г., Parle Products (бренд Parle) — 25,3%, ITC Group (бренд Sunfeast) — 12,9%. Также часть продукции в Индии реализуется через несетевую розницу, поскольку именно для данного сегмента характерен широкий ассортимент продукции и более низкие цены по сравнению с другими каналами продаж. Кондитерские изделия и различные мучные снеки реализуются в основном через сетевые магазины.

Рис. 28. Доли компаний на индийском рынке мучных кондитерских изделий в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Несетевые пекарни

В Индии существует более 2 000 частных пекарен, на долю которых приходится более 90% розничных продаж выпечки и 26% тортов в стоимостном выражении. Несетевые пекарни расположены в крупных городах и предлагают широкий ассортимент продукции по умеренным ценам.

Крупнейшие игроки на рынке

Britannia Industries



Основана в Калькутте в 1892 г. и является одной из старейших в стране. Входит в крупный холдинг Wadia Group. Компания предлагает широкий ассортимент упакованных тортов, сухарей и хлебобулочных изделий в разных ценовых категориях, а также закуски в порционной упаковке. Также развивает другие направления бизнеса, включая производство молочной продукции

Сайт: www.britannia.co.in

Parle Products



Основанная в 1929 г. компания на сегодня владеет известным бюджетным брендом Parle G и также развивает продукты премиум-класса — линейки печенья Platina. Ассортимент недорогих продуктов обеспечивает широкий охват рынка, при этом на сельское население приходится примерно 50% от общего объема продаж. Производство печенья компания начала в 1939 г.

Сайт: www.parleproducts.com

ITC Group



Благодаря развитой сети дистрибуции табака компания ITC (Imperial Tobacco Company) представлена во всех регионах Индии, за короткое время став ведущим игроком на рынке потребительских товаров. Под брендом Sunfeast предлагается широкий ассортимент продуктов в разных ценовых категориях, например, печенье Mom's Magic, печенье Farmlite в высококачественной упаковке, торты Dark Fantasy и др.

Сайт: www.itcportal.com

Mondelez International



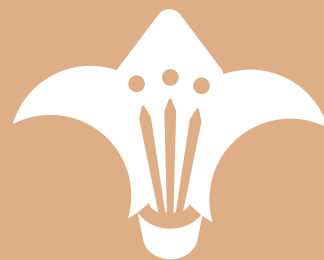
Американская мультинациональная компания. Второй в мире производитель кондитерских изделий. Продукция компании выпускается на 138 предприятиях в 51 стране. Число сотрудников — свыше 91 тыс. человек. Компания производит продукцию более чем под 40 брендами. На рынке Индии компания представлена мучными кондитерскими изделиями брендов Bournvita, Cadbury и Oreo.

Сайт: www.mondelezinternational.com/india

Требования и стандарты на продукцию

A stack of cookies, some light-colored and some dark, tied with twine, resting on a wooden surface. A large white number '3' is overlaid on the image.

3



Содержание

3.1.

Требования к производителям

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке и маркировке

При сертификации продукции на рынке Индии ключевыми являются следующие этапы:

- определение перечня обязательных и добровольных стандартов, под которые попадает продукция;
- выбор уполномоченного представителя;
- проведение испытаний продукции в лаборатории, признанной Бюро индийских стандартов (BIS), и получение лицензии с регистрацией производителя и товара в соответствующем реестре;
- маркировка знаком соответствия и выполнение требований к упаковке.

3.1. Требования к производителям

За сертификацию на национальном уровне отвечает Бюро индийских стандартов (BIS), контролирующее соответствие качества товаров требованиям стандартов. В Индии действуют как национальные, так и международные стандарты ISO.

Разработкой стандартов на продукты питания, регулированием производства, переработки, распределения, продажи и импорта продуктов питания занимается Управление безопасности пищевых продуктов и стандартов Индии (FSSAI). Эта организация руководствуется Правилами безопасности и стандартов пищевой продукции (Food Safety and Standards Rule). В соответствии с последними, для производства, импорта и реализации пищевой продукции в Индии необходимо прохождение процедур регистрации и лицензирования в FSSAI.

В числе документов, которые необходимо получить для импорта пищевых продуктов в Индию, присутствует импортная лицензия FSSAI. Данная лицензия нужна для импорта пищевых продуктов или ингредиентов (полный перечень товаров) с целью отслеживания данных товаров.

Для подачи заявки на получение лицензии FSSAI импортеру необходимо получить код экспортера-импортера (IEC, Importer-Exporter Code) на сайте Главного управления внешней торговли Министерства торговли и промышленности Индии (англ. DGFT, Directorate General of Foreign Trade).

В соответствии с разделом 31 (1) Закона 2006 г. «О безопасности и стандартах пищевых продуктов» каждый оператор пищевой промышленности в стране должен иметь лицензию FSSAI. На этикетке должны быть указаны логотип FSSAI и номер лицензии владельца торговой марки.

Логотип FSSAI и номер лицензии в соответствии с Законом должны быть отображены на этикетке упаковки пищевых продуктов контрастным цветом по отношению к фону, как указано ниже:



Для пищевых продуктов, в отношении которых стандарты не приняты или не разработаны, до оформления лицензии необходимо получить одобрение FSSAI. Разрешение на ввоз от FSSAI также необходимо для всех впервые экспортируемых в Индию и изготовленных с использованием новых технологий пищевых продуктов и ингредиентов. Заявки на получение лицензии принимаются онлайн через Систему соблюдения требований безопасности пищевых продуктов ([FoSCoS](#)).

В соответствии с индийским законодательством, пищевая продукция, не отвечающая требованиям безопасности, подлежит отзыву с последующим запретом к продаже. Процедуры отзыва пищевой продукции, информирования потребителей, а также степень ответственности производителя и импортера регламентируются соответствующим разделом [Правил безопасности и стандартов пищевой продукции](#).

3.2. Требования к продукции

Оценка соответствия индийским стандартам регулируется Регламентом BIS ([Conformity Assessment](#)) 2018 г., который предусматривает различные виды схем оценки соответствия, включая так называемую самостоятельную сертификацию.

Сертификация продукции является добровольной как для местной, так и для импортной продукции, за исключением продукции, которая должна соответствовать индийским стандартам, даже если они не считаются техническими регламентами BIS для здоровья и безопасности населения, а также для защиты окружающей среды.

Соответствующие отраслевые субъекты в консультации с заинтересованными сторонами решают, какая продукция требует обязательной сертификации.

Согласно принятому Регламенту, существует две схемы обязательной сертификации продукции:

- схема I (обязательная сертификация) включает в себя 264 продукта, которые требуют надзора за производством и рынком. К ним относятся некоторые виды промышленных товаров, а также ряд пищевой продукции (например, сухое и сгущенное молоко, мед);

- схема II (обязательная регистрация) включает в себя 50 электронных и ИТ-продуктов, а также солнечную фотоэлектрическую продукцию, которая требует только надзора за рынком.

Сертифицированная продукция может использовать стандартный знак BIS (символ ISI). Лицензии на использование этого символа выдаются на срок до двух лет и могут быть продлены на срок до пяти лет. Использование Стандартного знака регулируется положениями [Закона о Бюро индийских стандартов](#) 2016 г., а также обозначенным Регламентом BIS (Conformity Assessment) 2018 г.

Иностранные производители должны иметь уполномоченного представителя в Индии для получения лицензии на использование стандартного знака BIS (символ ISI). Условия предоставления лицензии иностранному производителю варьируются в зависимости от вида продукции.

Прошедший сертификацию товар получает знак соответствия индийским стандартам.

Знак соответствия индийским стандартам



В соответствии с [Правилами безопасности и стандартов пищевой продукции](#), в производстве пищевых продуктов не могут применяться пищевые добавки, запрещенные к использованию на территории Индии.

Правила безопасности и стандартов пищевой продукции также содержат требования к составу, характеристикам (включая микробиологические показатели и методы испытаний) и маркировке для определенных категорий изделий, включая молочные продукты, масложировую продукцию, фрукты и овощи, зерновые продукты, кондитерские изделия, специи и т.д.

В [правилах безопасности пищевых продуктов и стандартах \(запреты и ограничения на продажу\)](#) 2011 г, установлены ограничения на использование определенных ингредиентов в пищевой продукции и на условия продажи некоторых ее видов.

Например, табак и никотин не должны использоваться в качестве ингредиентов в любых пищевых продуктах; запрещено продавать пищевые продукты, покрытые минеральным маслом.

Регламентированы и максимально допустимые уровни содержания в пищевых продуктах металлических и растительных загрязнений, а также природных токсичных веществ. Например, в пункте 2.1 соответствующего раздела [правил](#) установлены максимально допустимые уровни содержания в пищевых продуктах свинца, меди, мышьяка, олова, цинка, кадмия, ртути, метилртути, хрома, никеля. В пункте 2.2 установлены ограничения в отношении содержания афлатоксина в пищевых продуктах, охратоксина А в пшенице, ячмене и ржи, агариновой кислоты, синильной кислоты, гиперицина и сафрола. В пункте 2.3 установлены ограничения по остаточному количеству инсектицидов в пищевых продуктах.

Образцы каждой партии пищевой продукции должны проходить лабораторные испытания. В [правилах безопасности пищевых продуктов и стандартах \(лабораторный анализ и отбор образцов\), 2011 г.](#) указаны лаборатории, уполномоченные на проведение исследований образцов импортируемой пищевой продукции, их полномочия и основные функции, а также требования к минимальному количеству образцов продукции, необходимых для проведения испытаний. Обязательным условием проведения лабораторных исследований является соблюдение всех требований к упаковке и маркировке пищевой продукции.

3.3. Требования к упаковке и маркировке

Маркировка пищевых, в том числе мучных кондитерских изделий, импортируемых в Индию, должна соответствовать [разделу Правил безопасности и стандартов пищевой продукции](#).

В общем случае на упаковке продукции, импортируемой в Индию, должна в обязательном порядке содержаться следующая информация:

- наименование и адрес импортера;
- наименование продукции;
- нетто-вес продукции (в метрической системе);
- дата производства, упаковки и импорта продукции;
- другая релевантная информация, в том числе отражающая специфику индийского рынка.

ВАЖНО! Во избежание проблем с маркировкой продукции, компаниям, планирующим экспорт в Индию, рекомендуется изучить [применяемые стандарты и правила](#).

10 июня 2022 г. вступил в силу Регламент Индии «[Безопасность и стандарты пищевых продуктов \(веганские продукты\)](#)». Положения данного регламента устанавливают требования о том, чтобы импорт продуктов питания, помеченных как веганские, соответствовал пункту 5 (3) регламента. Указанное новое положение о соблюдении требований, в котором указывается, что все веганские пищевые продукты должны быть импортированы с сертификатом, выданным и признанным компетентным органом страны-экспортера.

Одновременно с этим, продукция, заявленная о том, что она является веганской должна иметь соответствующий логотип:



В случае, если продукт является невегетарианским, содержащим ингредиенты, включая пищевые добавки животного происхождения, то в данном случае должно быть указано об этом с помощью символа и цветового кода. Символ должен состоять из заполненного коричневым цветом треугольника внутри квадрата с коричневым контуром, имеющего стороны не менее минимального размера, установленного [Правилами безопасности и стандартов пищевых продуктов \(маркировка и демонстрация\)](#) от 2020 г.



Соответственно, на каждой упаковке вегетарианской пищевой продукции, содержащей ингредиенты, включая пищевые добавки растительного происхождения, должно быть указано об этом на упаковке с помощью символа, указанного ниже:



Особенности и барьеры входа на рынок



4





Содержание

4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Импорт в Индии регулируется Внешнеторговой политикой (Foreign Trade Policy), которая утверждается Министерством торговли и промышленности Индии и публикуется на сайте Главного управления внешней торговли ([DGFT](#)). Документ утверждается на пять лет. Политика устанавливает требования к процедурам импорта и экспорта, и направлена, главным образом, на стимулирование экспорта.

Импортеру необходимо задекларировать ввозимый товар путем подачи электронной интегрированной декларации с использованием таможенной системы электронного обмена данными ([ICEGATE](#)). В ICEGATE доступны и другие сервисы: электронный платеж, онлайн-регистрация прав на интеллектуальную собственность, отслеживание статуса документов, онлайн-проверка лицензий и статуса кода IEC, без которого ни одна организация не может осуществлять импорт или экспорт.

В соответствии с Законом о внешней торговле 1992 г., импортируемые товары делятся на четыре категории:

- a)** запрещенные к ввозу (Prohibited);
- б)** ввозимые с ограничениями (Restricted), включая товары, требующие получения разрешения;
- в)** импортируемые только через определенные каналы (Canalized);
- г)** свободно импортируемые.

Для ввоза любого вида товаров на территорию Индии импортеры должны в обязательном порядке зарегистрироваться в DGFT через [онлайн платформу](#). После регистрации импортеры получают десятизначный кодовый номер IEC.

Список товаров, ввозимых с ограничениями, доступен в системе [ITC \(HS\)](#).

Расчеты за импорт в иностранной валюте осуществляются через авторизованные банки первой категории ([Authorized Dealer Category — I](#)). Помимо прочего, в задачи этих банков входят проверка сделки на соответствие действующей Внешнеторговой политике, а также правилам обмена иностранной валюты (Foreign Exchange Management Rules). Авторизованные банки проводят платеж за импорт товаров в Индию после того, как убедятся в правомерности торговой операции и получают от импортера полные реквизиты для перевода.

В Индии свободно открываются аккредитивы и осуществляются иные операции в области внешней торговли. В случае, если для импорта требуется лицензия, банку необходимо предоставить ее копию.

В соответствии с действующими нормативными актами, денежные расчеты за импортируемые товары должны выполняться не позднее, чем через шесть месяцев с даты отгрузки товаров.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Принимая решение о выходе на рынок Индии, необходимо учитывать все пошлины и дополнительные налоги на товар, а также возможную необходимость лицензии.

Тарифные барьеры

У России не подписано соглашения о свободной торговле с Индией, поэтому к российскому экспорту применяется ставка режима наибольшего благоприятствования (РНБ) на условиях ВТО. Индия является одной из стран, у которой фактически взимаемые тарифы («эффективная» ставка) могут отличаться (как в большую, так и в меньшую сторону) от применяемых тарифов, содержащихся в таможенном тарифе. Такие надбавки носят протекционистский характер и устанавливаются, исходя из динамики спроса и предложения на конкретный товар.

Табл. 14. Ставки ввозной пошлины Индии в отношении мучных кондитерских изделий

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ, %
190510	Хрустящие хлебцы	30
190520	Имбирное печенье и аналогичные изделия	30
190531	Сладкое сухое печенье	30
190532	Вафли и вафельные облатки	30
190540	Сухари, гренки и аналогичные обжаренные продукты	30
190590	Прочие мучные изделия	30

Источник: [ICEGATE](#), [ITC Market Access Map](#)

Калькулятор таможенных пошлин доступен на интернет-портале [ICEGATE](#). Стоит отметить, что для доступа к услугам калькулятора ICEGATE необходимо пройти регистрацию на сайте с вводом идентификационных номеров.

Налогообложение

Помимо базовой таможенной пошлины при импорте сельскохозяйственных товаров в Индии могут взиматься следующие таможенные платежи:

- дополнительная таможенная пошлина (англ. ADC, additional duty of customs);
- сбор на инфраструктуру и развитие сельского хозяйства (AIDC, agriculture infrastructure and development cess);
- сбор на ликвидацию последствий стихийных бедствий (NCCD, national calamity contingent duty);
- социальный сбор (SWS, social welfare surcharge);
- единый налог на товары и услуги (GST, goods and services tax);
- компенсационный сбор (CC, compensation cess).

Подробная информация по ставкам всех вышеуказанных таможенных платежей представлена на [официальном ресурсе](#) Центрального управления по косвенным налогам и таможенным вопросам.

Нетарифные барьеры

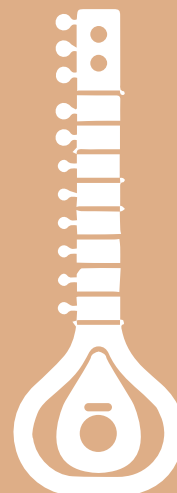
В настоящее время нетарифные барьеры в отношении мучных кондитерских изделий из России со стороны Индии не применяются.



Организация экспортных поставок

5





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. 29. Доставка мучных кондитерских изделий из России в Индию



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

Существует несколько логистических путей доставки продукции из России в Индию:

1) Морская перевозка. Этапы и варианты:

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

2) Авиаперевозка.

Морская перевозка

Оптимальный способ доставки партии груза из России в Индию — морским транспортом.

Доставка товара в порт отправления может быть осуществлена двумя способами:

- напрямую от производителя;
- через склад накопления.

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

Для перевозки кондитерских изделий в порт отправления можно использовать контейнеры и фуры. Контейнеры могут перевозиться как автомобильным, так и железнодорожным транспортом.

Вместимость одной фуры составляет около 20 тонн брутто. Соответственно, наиболее экономически эффективная схема перевалки — три автомобиля в два контейнера. Перевалка продукции из автомобилей в контейнеры должна производиться на специально предназначенных для этого площадках. Как правило, подобные комплексы располагаются непосредственно в портах или максимально близко к ним, чтобы сократить затраты на перемещение контейнера. Для доставки используются порты Санкт-Петербурга и Новороссийска.

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

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

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

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

Автомобильная перевозка в фуре — склад накопления — порт отгрузки

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Груз перевозится на палетах для оптимизации скорости и затрат на его перевалку и хранение. Вместимость одного автомобиля составляет около 20 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнеры три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах: в сезоны пиковых нагрузок срок выгрузки может существенно увеличиваться.

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

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

Склады накопления, как правило, располагаются около портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов при отгрузке 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. Экспортеру необходимо иметь своего представителя на складе для контроля операций с товаром. При работе через логистического провайдера контроль осуществляется его силами.

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

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

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

В новых логистических реалиях России активное развитие получил железнодорожный маршрут «Север — Юг» с масштабными инвестициями и существенным увеличением грузопотока. Данный путь подразумевает использование портов Ирана для доступа к транспортным маршрутам стран Персидского залива и Аравийского полуострова вплоть до Индии. По состоянию на 2024 г. задействован маршрут через порт Бендер-Аббас в Иране, куда грузы доставляются по железной дороге и далее перевозятся до портов назначения морским транспортом.

Отправки производятся в основном со станции Селятино в г. Москве. Они осуществляются еженедельно, с тенденцией к увеличению регулярности.

Отправке по железной дороге предшествует автомобильная доставка до станции отправления (см. подразделы «Автомобильная перевозка в контейнере — порт отгрузки», «Автомобильная перевозка в фуре — склад накопления — порт отгрузки»).

Морская перевозка

Основные порты для доставки грузов в Индию:

- Мундра (Mundra);
- Тутикорин (Tuticorin);
- Нава Шева (Nhava Sheva).

В связи с санкционной политикой в отношении России основными судоходными линиями, которые осуществляют перевозки из портов Санкт-Петербург и Новороссийск в указанные порты, являются:

- [MSC](#);
- [Hub Shipping](#);
- [M-Line](#);
- [FESCO](#).

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

Табл. 15. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Мундра (Mundra)	Тутикорин (Tuticorin)	Нава Шева (Nhava Sheva)
Санкт-Петербург	57	45	53
Новороссийск	56	65	59

Сроки и стоимость доставки

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

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Москва — СПб — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 360	27	0,20	65-70
Москва — СПб — Тутикорин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 860	27	0,22	50-55
Москва — СПб — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 360	27	0,20	60-65
Воронеж — СПб — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 020	27	0,22	65-70
Воронеж — СПб — Тутикорин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 520	27	0,24	50-55
Воронеж — СПб — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 020	27	0,22	60-65

Продолжение табл. 16.

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — СПб — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 140	27	0,23	60-65
Белгород — СПб — Туतिकорин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 640	27	0,25	70-75
Белгород — СПб — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 140	27	0,23	65-70
Москва — Новороссийск — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 250	27	0,31	60-65
Москва — Новороссийск — Туतिकорин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 650	27	0,32	70-75
Москва — Новороссийск — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 350	27	0,31	65-70
Воронеж — Новороссийск — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 140	27	0,26	60-65
Воронеж — Новороссийск — Туतिकорин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 540	27	0,28	70-75
Воронеж — Новороссийск — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 240	27	0,27	65-70
Белгород — Новороссийск — Мундра	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 800	27	0,29	60-65
Белгород — Новороссийск — Туतिकорин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 200	27	0,30	70-75
Белгород — Новороссийск — Нава Шева	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 900	27	0,29	65-70

Примечание. Указаны действующие на 03 сентября 2024 г. ставки, в которые включены все необходимые расходы: наземная доставка контейнера с грузом весом до 28 тонн брутто, дизель-генератор, фрахт, таможенное оформление, ветеринарное оформление, внутриворотное экспедирование, взвешивание контейнера, оформление сертификата происхождения.

В качестве оптимального маршрута перевозки из Москвы, Белгорода и Воронежа можно выбрать любой из перечисленных вариантов, в зависимости от приоритетов: срока доставки, цены, размера грузовой партии, наличия потенциально рискованных транзитных портов, скорости получения балансового платежа по контракту (часто после предоставления коносамента) и др.

Согласно программе поддержки экспорта в России, на основании [постановления Правительства Российской Федерации от 15.09.2017 г. № 1104](#), экспортеры имеют право на возмещение части транспортных затрат в размере 25%, но не более 30% от стоимости товара. Для этого необходимо подать соответствующую заявку в Российский экспортный центр (более подробная информация размещена в разделе 12 «Государственная поддержка экспорта продукции АПК»).

Авиаперевозка

Авиаперевозки способны обеспечить доставку лишь малых партий груза. Основные международные аэропорты Индии – это Международный аэропорт Индира Ганди (Дели), Чатрапати Шиваджи (Мумбай), Ченнаи (Ченнаи) и другие. По причине дороговизны авиаперевозок, они используются только для перевозки образцов продукции.

Перевозка осуществляется на основании авианакладной и облагается НДС по ставке 0%. Перед выпуском груз проходит финальное взвешивание, данные которого указываются в транспортном документе. При этом в случае корректировки веса груза производится и корректировка авиафрахта, который рассчитывается на основании фактических габаритных и весовых характеристик груза.

Таможня

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

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

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

Важно! Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта.

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции различными видами транспорта и через различные порты России:

- [ООО «Суперкарго»](#);
- [ООО «Галеас»](#).

- 2) Железнодорожные операторы:

- [ООО «РЖД Логистика»](#);
- [ООО «Дальрефтранс»](#).

- 3) Сюрвейерские компании:

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

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

Логистические риски

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

Страхуемые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача или повреждение всего или части застрахованного груза;
- б) 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.
- в)** 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;
- г)** утрата (гибель) или повреждение всего либо части застрахованного груза в результате:
- удара молнии, бури, вихря, урагана, шторма, извержения вулкана и других стихийных бедствий;
 - пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания или тушения пожара;
 - крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавающие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортовой водой;
 - 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;
 - крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств.
- д)** утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;
- е)** 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;
- ж)** подмочка груза атмосферными осадками;
- з)** выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;

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

Санкционно-военные риски. Данная категория рисков связана, как правило, с действиями третьих стран. В настоящее время такие риски не принимаются к страхованию. Основным ущерб в этом случае касается задержек и возможных расходов на хранение в результате ареста, конфискации или иных действий третьих стран, через которые осуществляется транзит. Кроме того, при военных рисках существует вероятность потери груза.

Коммерческие риски. Продажа товара на условиях Инкотермс, не включающих ответственность за его перевозку, 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 она имеет право взыскать соответствующие суммы с грузоотправителя как с субсидиарного ответчика. Например, 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 рискам простоя контейнеров в порту назначения за счет продавца/отправителя. Если в сделке участвует трейдер, не указанный в коносаменте, риски по простоям несет отправитель согласно коносаменту.

Иногда возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Чаще всего претензии связаны со следующими проблемами:

- нарушение температурного режима;
- несоответствие маркировки продукции;
- ненадлежащий внешний вид продукции;
- пересортица.

Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В данной ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера. Оно не обязательно, однако позволяет проконтролировать количество и качество

продукции на этапе ее погрузки в транспортное средство. Предоставление сюрвейерского отчета часто помогает обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Порядок валютного контроля при экспорте из РФ

Валютный контроль при экспорте из России осуществляется согласно основным нормативным правовым актам:

- [Федеральный закон от 10.12.2003 г. № 173-ФЗ](#) «О валютном регулировании и валютном контроле»: определяет основные принципы валютного регулирования и валютного контроля в России, включая порядок использования иностранной валюты в расчетах при экспорте товаров, работ и услуг, а также порядок репатриации валютной выручки.
- [Федеральный закон от 07.08.2001 г. № 115-ФЗ](#) «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма»: вводит требования к идентификации участников внешнеэкономической деятельности и их операций.
- [Инструкция Банка России от 16.08.2023 г. № 199-И](#) «О порядке представления резидентами и нерезидентами уполномоченным банкам подтверждающих документов и информации при осуществлении валютных операций, о единых формах учета и отчетности по валютным операциям, порядке и сроках их представления»: регулирует порядок представления подтверждающих документов и информации для валютных операций в уполномоченные банки. Инструкция определяет единые формы отчетности и сроки подачи документов.
- [Федеральный закон от 03.08.2018 г. № 289-ФЗ](#) «О таможенном регулировании в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями): включает контроль за валютными операциями, связанными с перемещением товаров через границу России.
- [Указ Президента Российской Федерации от 05.07.2022 г. № 430](#) «О репатриации резидентами – участниками внешнеэкономической деятельности иностранной валюты и валюты Российской Федерации»: обязывает российских резидентов-экспортеров возвращать в страну иностранную валюту или рубли, полученные по внешнеэкономическим контрактам, для укрепления валютного контроля и предотвращения утечки капитала.

- Указание Банка России от 09.01.2024 г. № 6663-У: вносит изменения в Инструкцию № 181-И, упрощая порядок валютного контроля и расширяя возможности для расчетов по внешнеторговым контрактам через любые уполномоченные банки, а также изменяет требования к представлению документов при расчетах с иностранными контрагентами.

В прохождении валютного контроля при экспортных операциях можно выделить несколько этапов:

- 1) Открытие паспорта сделки (ПС): оформляется в уполномоченном банке на каждую экспортную операцию, если сумма контракта превышает эквивалент 6 млн руб. (с 2023 г.). Паспорт сделки является основным документом, используемым банками для контроля за поступлением валютной выручки.
- 2) Подача информации и документов: резидент (экспортер) обязан предоставить в банк документы, подтверждающие исполнение обязательств по контракту (счета, инвойсы, транспортные документы и прочие). Данные документы позволяют банку контролировать поступление выручки и ее использование.
- 3) Репатриация валютной выручки: экспортер обязан обеспечить поступление всей суммы валютной выручки на свой счет в российском банке в сроки, указанные в контракте. Несоблюдение сроков может повлечь за собой штрафные санкции.
- 4) Контроль за использованием выручки: уполномоченный банк осуществляет контроль за целевым использованием валютной выручки. Выручка должна быть использована в соответствии с условиями контракта и требованиями валютного законодательства.
- 5) Обязательная продажа части валютной выручки: сохраняется требование об обязательной продаже части валютной выручки на внутреннем валютном рынке (не менее 80% по состоянию на сентябрь 2024 г.).

Валютно-финансовая система Индии

В 2024 г. валютно-финансовая система Индии регулируется рядом положений, которые устанавливают основные правила и принципы валютного регулирования, денежно-кредитной политики и управления финансовыми рынками. Ключевыми нормативными правовыми актами являются:

- Закон «О валютном регулировании» (Foreign Exchange Management Act, 1999): регулирует обменные операции и международные финансовые сделки, обеспечивая контроль за движением валютных средств как внутри страны, так и за ее пределами.

- Закон «О предотвращении отмыwania денег» (Prevention of Money Laundering Act, 2002): устанавливает контроль за валютными операциями для предотвращения незаконных денежных переводов.
- Закон «О сохранении иностранной валюты и предотвращении контрабандной деятельности» (Conservation of Foreign Exchange and Prevention of Smuggling Activities Act, 1974): регулирует операции с иностранной валютой и вводит меры по пресечению контрабанды.
- «Механизм расчетов в рупиях» (Rupee Trade Settlement Mechanism): позволяет иностранным банкам открывать специальные расчетные счета в рупиях для международной торговли.

Исполнение валютного законодательства в Индии контролируют несколько государственных органов. Главный регулятор — Резервный банк Индии (Reserve Bank of India, RBI) — отвечает за управление валютным курсом, регулирование валютных операций и применение валютных правил. Директорат по вопросам правоприменения (Enforcement Directorate, ED) занимается расследованием нарушений, связанных с отмыwанием денег и незаконными валютными операциями. Дополнительный надзор осуществляют Министерство финансов Индии и Центральный совет по косвенным налогам и таможене (Central Board of Indirect Taxes & Customs, CBIC) в части регулирования торговых и финансовых операций.

Порядок осуществления валютных операций

Официальной валютой Индии является индийская рупия. Индия придерживается плавающего валютного курса рупии. Резервный банк Индии обеспечивает соблюдение требований валютного контроля и регулирования путем издания необходимых нормативных документов и осуществления мониторинга операций с иностранной валютой. В частности, предъявляются более строгие требования к отчетности банков и финансовых учреждений для более эффективного отслеживания трансграничных транзакций.

Индийское валютное законодательство предусматривает контроль широкого спектра валютно-финансовых операций, и все операции требуют согласования с РБИ. Как резидентам, так и нерезидентам разрешены сделки по купле-продаже иностранной валюты, платежи и переводы денежных средств на расчетные счета. При этом для открытия иностранных счетов представленным в Индии зарубежным компаниям необходимо получить разрешения РБИ. Для осуществления операций с иностранной валютой банки и дилеры должны получить лицензию от РБИ и обязаны соблюдать требования в области валютного контроля. В отношении свободно конвертируемых валют (доллар США, евро, йена и некоторые другие) действует упрощенная система обмена валюты для перевода денег за рубеж в пределах установленного лимита — 250 тыс. долл. США за финансовый год.

Правительство страны также обладает полномочиями вводить ограничения на сделки по текущим счетам в случае необходимости. Политика обменного курса РБИ направлена на обеспечение стабильных условий функционирования на валютном рынке, в том числе за счет валютных интервенций.

По состоянию на сентябрь 2024 г. РБИ вводит новые правила, упрощающие процедуры экспорта и импорта. Экспортеры должны декларировать экспортные ценности, а также реализовывать и возвращать выручку от экспорта в течение девяти месяцев. Иностранным компаниям разрешается открывать специальные счета нерезидентов (NRO) для ведения международной торговли в рупиях или конвертируемых валютах. Лимит на вывод средств — 1 млн долл. США за финансовый год, на остальные суммы нужно получить одобрение РБИ. Резиденты могут открыть специальные счета для получения иностранной валюты (EEFC), но даже по этим счетам есть валютные ограничения.

Для повышения эффективности и скорости осуществления валютно-финансовых операций с покупателями из Индии экспортерам следует придерживаться следующих шагов:

- 1) Подготовьте и подпишите внешнеэкономический контракт с покупателем из Индии.
- 2) Откройте валютный счет в банке, работающем с индийской рупией. Обратите внимание на возможность приобретения страховых инструментов для защиты от возможных рисков неплатежеспособности контрагента.
- 3) Зарегистрируйте контракт в уполномоченных органах, если требуется (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 4) Подготовьте инвойсы, накладные и другие документы для поставки товаров, проверьте количество копий документов и необходимость заверения перевода (см. «Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций»).
- 5) Отправьте товары покупателю.
- 6) Убедитесь в правильности банковских реквизитов покупателя.
- 7) Получите валютную выручку на свой счет.
- 8) Предоставьте банку документы для валютного контроля (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 9) Банк проверяет документы и проводит валютный контроль.
- 10) При необходимости конвертируйте валюту в рубли (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»).
- 11) Следите за выполнением обязательств покупателем и поддерживайте с ним связь.

Основные документы, необходимые при осуществлении валютно-финансовых операций

В основном экспортерам для осуществления валютно-финансовых операций при организации поставок в Индию требуются следующие документы (необходимо подготовить 1 оригинал и 2 копии):

- а)** инвойс (выдается производителем или поставщиком): должен быть оформлен на языке контракта и содержать полную информацию о всех проданных товарах, их стоимости, условиях поставки и платежных реквизитах;
- б)** коносамент: подтверждает качество, состояние и количество товара, полученного перевозчиком;
- в)** лицензия на импорт (выдается уполномоченным государственным органом);
- г)** паспорт сделки: требуется, если сумма сделки превышает определенный лимит (см. «Порядок валютного контроля при экспорте из РФ»);
- д)** упаковочный лист: должен быть оформлен на языке контракта и заверен печатью экспортера. Вес, объем, способ упаковки и код товарной номенклатуры указываются для каждого товара;
- е)** сертификат о происхождении товара: подтверждает, что импортируемые товары были произведены и приобретены в конкретной стране происхождения. Если поставка требует специального разрешения, сертификаты или лицензии должны быть представлены на языке контракта с официальным переводом;
- ж)** внешнеторговый контракт: должен быть составлен на русском и английском языках, подписан обеими сторонами и содержать все условия сделки, включая суммы, валюту платежа и сроки выполнения обязательств;
- з)** сертификаты и декларации на продукт по российскому законодательству: документы оформляются на русском и английском языках с заверением. Если для ввоза товаров в Индию требуются сертификаты соответствия индийским стандартам, они должны быть получены заранее;
- и)** страховой полис: должен быть оформлен на языке контракта и содержать все условия страхования (если предусмотрено страхование груза). Оригинал должен быть заверен печатью страховой компании;
- к)** заявление на открытие аккредитива: покупатель (импортер) подает заявление в свой банк в случае расчетов по аккредитиву;
- л)** акт сверки: может потребоваться для контроля исполнения контракта в случае операций с использованием предоплаты.

Все документы, необходимые для импорта, должны сопровождаться лицензиями на импорт. Есть два вида лицензии — общая и специальная. По общей лицензии товары можно импортировать из любой страны, тогда как специальная или индивидуальная лицензия разрешает импорт только из определенных стран. На информационном [портале](#) CBIC в свободном доступе представлена детальная информация обо всех таможенных процедурах и требованиях по более чем 10 тыс. тарифным позициям. В частности, экспортеры обязаны представить подробные экспортные декларации (с указанием полной экспортной стоимости товаров) в течение 21 календарного дня с даты отгрузки или выставления счета.

Особенности практик применения взаиморасчетов

Для регистрации и оплаты импорта все импортеры должны предоставить копию аккредитива в качестве подтверждения платежа. Аккредитивы открываются на срок от трех до шести месяцев в соответствии с условиями контракта. Обычно аккредитив сверяется с банком-эмитентом, чтобы проверить отток иностранной валюты.

В целом запросы на документацию и требования к ней обширны, в связи с чем в Индии распространены задержки при оформлении импорта. Дополнительные затраты экспортера (в виде дополнительных сборов за простой, нарушения сроков по контракту и др.) могут привести к удорожанию экспорта продукции в Индию. На практике в случае несвоевременной таможенной очистки импортеры могут потребовать освобождения поставок под залог исполнения обязательств, например по банковской гарантии.

У России и Индии есть собственные системы передачи финансовых сообщений, что позволяет использовать механизм рублево-рупиевых взаиморасчетов при экспорте в Индию. Также российские и индийские ведомства и банки поддерживают предметный диалог, нацеленный на синхронизацию платежных систем. Однако в текущий момент крупные банки Индии далеко не всегда готовы вести прямые торговые расчеты в рублях и рупиях с российскими компаниями из-за угрозы попасть под действие западных санкций. Новые правки к Закону «О валютном регулировании» (согласно п. 2 постановления Правительства Российской Федерации от 26.12.2002 г. № 2433) предполагают, что авансовый платеж за экспорт товаров может быть получен в соответствии с экспортным контрактом. Причем полученный аванс должен быть возвращен, если экспортер не в состоянии выполнить экспортное обязательство в течение контрактного периода (если только уполномоченный дилер не продлит этот срок).

В 2022 г. Индией запущен новый механизм Rupee Trade Settlement Mechanism для использования рупий в мировой торговле (в частности — с Россией). По нему открываются специальные счетаostro (SRVA), которые позволяют вести международные расчеты в рупиях. По партнерскому соглашению индийский банк открывает SRVA и совершает операции с рупиями в интересах иностранного банка.

Возможные банки для осуществления валютных операций

Обширная банковская сеть Индии представлена 46 иностранными банками, Государственным банком Индии (с объединенными ассоциированными банками), 18 коммерческими банками государственного сектора, 25 коммерческими банками частного сектора, 10 небольшими банками и 7 платежными банками, а также большим количеством кооперативных и региональных сельских банков. Крупные индийские банки и большинство финансовых институтов Индии относятся к государственному сектору.

Табл. 17. Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банк	Описание	Наличие филиала в РФ	Активы, млрд долл. США	Место в Индии по активам	Рейтинговые агентства		
					S&P	Moody's	Fitch
HDFC BANK	Страна: Индия Год основания: 1994 г. Специализация: розничный и корпоративный банкинг Сайт: www.hdfcbank.com	—	246	3	BBB-	Baa3	BBB-
Punjab National Bank (PNB)	Страна: Индия Год основания: 1894 г. Специализация: универсальный банк с акцентом на розничные и корпоративные кредит Сайт: www.pnbindia.in	—	170	4	BB+	Ba1	BB+
Bank of Baroda	Страна: Индия Год основания: 1908 г. Специализация: международный банк с широкой сетью филиалов Сайт: www.bankofbaroda.in	—	135	5	BB+	Ba1	BB
Canara Bank	Страна: Индия Год основания: 1906 г. Специализация: крупный коммерческий банк с фокусом на розничные услуги Сайт: https://canarabank.com	—	124	6	BB	Ba1	B+
Bank of India	Страна: Индия Год основания: 1906 г. Специализация: корпоративный и розничный банкинг Сайт: www.bankofindia.co.in	—	108	8	BB+	Ba1	BB+

Продолжение табл. 17

Банк	Описание	Наличие филиала в РФ	Активы, млрд долл. США	Место в Индии по активам	Рейтинговые агентства		
					S&P	Moody's	Fitch
Indian Bank	Страна: Индия Год основания: 1907 г. Специализация: корпоративный и инвестиционный банкинг Сайт: www.indianbank.in	—	97	9	BB	Ba2	BB+
Indian Overseas Bank	Страна: Индия Год основания: 1937 г. Специализация: обслуживание международных и национальных клиентов Сайт: www.iob.in	—	56	11	B+	Ba2	BB-
Bank of Maharashtra	Страна: Индия Год основания: 1935 г. Специализация: розничный и корпоративный банкинг Сайт: https://bankofmaharashtra.in	—	45	13	B+	Ba2	BB-
YES BANK	Страна: Индия Год основания: 2004 г. Специализация: частное банковское обслуживание и корпоративные услуги Сайт: www.yesbank.in	—	41	15	B	B2	B+

Примечание. Данные приведены по состоянию на 2024 г.

На 2024 г. в Индии представлены два крупных российских банка: Сбербанк и ВТБ Банк. Сбербанк имеет филиалы в Дели и Мумбаи, а также IT-центр в Бангалоре. Банк активно участвует в расчетах между Россией и Индией, проводя операции в рублях и рупиях, и предоставляет различные финансовые услуги, включая кредиты и хеджирование. ВТБ Банк работает через филиал в Нью-Дели, предлагая финансовые и консультационные услуги для поддержки торговли между Россией и Индией, а также занимается валютными операциями.

Российские банки открывают счета в рупиях для упрощения процесса трансграничных переводов в Индию. По состоянию на сентябрь 2024 г. счета в рупиях можно открыть в ВТБ, Сбербанке, Т-Банк, Точка Банке, ЛокоБанке, Росбанке, Модульбанке и др. Кроме того, Индия и Россия изучают возможность взаимного внедрения платежных систем «Мир» и RuPay.

В 2023 г. РБИ разрешил банкам из более чем 18 стран открывать SRVA. Наибольшую активность в открытии таких счетов проявили российские банки.

Страновые соглашения и расчетные механизмы

Россия и Индия активно развивают механизмы расчетов в национальных валютах, чтобы снизить зависимость от доллара и западных санкций. Один из основных механизмов — система рубль-рупия для расчетов в рублях и рупиях. Стороны продолжают развивать альтернативные финансовые системы, включая интеграцию российской системы передачи финансовых сообщений (СПФС) и индийской SFMS. Также рассматриваются возможности использования дирхамов и других валют для расчетов в качестве дополнительного механизма. Еще один важный шаг — продолжение переговоров о свободной торговле с Евразийским экономическим союзом, что поможет снизить барьеры в торговле между странами.

Риски при взаиморасчетах с Индией

Валютные и юридические риски

Российским компаниям, которые заходят на индийский рынок, необходимо учитывать все валютные ограничения, существующие в этой стране. На практике есть множество ограничений, которые не позволяют получить желаемые результаты компаниям, попадающим под режим прямых внешних инвестиций. К примеру, нельзя продать доли в компании индийскому резиденту по цене выше, чем «справедливая», которую устанавливает государство, а также одномоментно выводить большие суммы, полученные от продажи долей (акций). Более того, обязанность проводить обменные операции в авторизированных центрах подразумевает менее выгодный курс, что снижает прибыльность предпринимательской деятельности.

Политические и экономические риски

Политическая нестабильность и экономические изменения в Индии влияют на ведение бизнеса. Регулирование, налоги и правовые нормы могут меняться, что влияет на взаиморасчеты. Причем возможны задержки в переводах из-за различий в банковских системах и протоколах. Различия в процедурах и требованиях также могут усложнить процесс расчетов.

Бюрократические риски

Индия может сталкиваться с проблемами, связанными с коррупцией и бюрократией, что может затруднить бизнес-процессы и увеличить затраты. Кроме того, разные подходы к ведению бизнеса и различия в деловой практике могут повлиять на исполнение условий контрактов.

5.3. Формы присутствия на рынке

У Индии налажены крепкие торговые связи с Гонконгом, Австралией, Объединенными Арабскими Эмиратами, Соединенными Штатами Америки, Швейцарией и многими другими странами, что предоставляет множество возможностей для развития бизнеса.

В Индии законодательно установлены льготные налоговые режимы и детально регламентированы вопросы налогообложения различных форм бизнеса. Закон «О компаниях» 2013 г. ([Companies Act](#)) регулирует порядок создания, реорганизации и ликвидации компаний.

Иностранным инвесторам доступны следующие организационно-правовые формы:

- 1) Индивидуальное предпринимательство (Sole Proprietorship) — компания, созданная одним участником. Минимальный размер уставного капитала не предусмотрен. Предприниматель несет полную ответственность по долгам.
- 2) Частная компания (Private Limited Company) — юридическое лицо, зарегистрированное двумя и более участниками. Больше подходит для малого и среднего бизнеса. Минимальный размер уставного капитала составляет 100 тыс. индийских рупий. Материальная ответственность участников ограничена вкладом в уставный капитал.
- 3) Публичная компания (Public Limited Company) — компания, созданная семью и более участниками, как правило, для реализации масштабных инфраструктурных или производственных проектов. Минимальный размер уставного капитала составляет 500 тыс. индийских рупий. Материальная ответственность участников ограничена номинальной стоимостью оплаченных акций. Акции компании свободно обращаются на биржах.
- 4) Партнерство с ограниченной ответственностью (Limited Liability Partnership) — юридическое лицо, созданное двумя и более участниками, из которых минимум один должен быть резидентом Индии. Материальная ответственность участников ограничена в соответствии с партнерским соглашением.

По форме ответственности компании могут быть следующих типов:

- компания с ограниченной ответственностью в зависимости от количества акций (Company Limited by Shares). Участники компании данного типа отвечают по корпоративным обязательствам только в пределах своей доли. Данная форма наиболее распространена для малого и среднего бизнеса;
- компания с ответственностью, ограниченной гарантией (Company Limited by Guarantee). Капитал компании не подлежит разделению на акции. Ответственность участников ограничивается гарантией участников, а не количеством акций;

- компания с неограниченной ответственностью (Unlimited Company). Ответственность участников не ограничена их долей или суммой гарантии. Данная форма наименее популярна в Индии.

Регистрация компании

Для того чтобы зарегистрировать компанию в Индии, потребуется:

- 1) Получить идентификационный номер директора (DIN) и оплатить регистрационный сбор в размере 100 индийских рупий.
- 2) Получить сертификат электронной подписи в одном из частных лицензированных агентств. Стоимость сертификата варьирует от 400 до 2,7 тыс. индийских рупий.
- 3) Зарезервировать наименование компании в Реестре компаний (ROC). За одобрение названия потребуется заплатить 1 тыс. индийских рупий.
- 4) Оплатить гербовый сбор и передать документы в Реестр компаний (Registrar of Companies) при Министерстве корпоративных дел Индии (Ministry of Corporate Affairs).
- 5) Получить в Налоговом департаменте идентификационный номер налогоплательщика (PAN) и номер налоговой отчетности для налога на прибыль (TAN).
- 6) Встать на учет в системе социального медицинского страхования.

Регистрационный взнос зависит от размера уставного капитала. При капитале менее 100 тыс. индийских рупий взнос составит около 4 тыс. индийских рупий. Регистрация новой компании, как правило, занимает 3–4 недели.

Совместное предприятие и представительство

В соответствии с Законом «О компаниях» иностранная компания может создать совместное предприятие с индийской компанией (Joint Venture). Одним из преимуществ является получение доступа к дистрибьюторской сети индийского партнера. При регистрации совместного предприятия следует учитывать ограничения на инвестирование в отрасли, закрытые для иностранного капитала.

Иностранные компании также вправе зарегистрировать на территории Индии свои филиалы и представительства. Действующее законодательство позволяет создавать дочерние компании в Индии со 100%-м иностранным капиталом.

Для регистрации представительства потребуется получить разрешение Резервного банка Индии. Представительство может быть создано в следующих формах:

- филиал (Branch Office);
- представительство по связям (Liaison Office);
- офис по реализации проекта (Project Office).

Филиал может оказывать консалтинговые услуги, заключать договоры с местными компаниями в сфере производства и розничной торговли.

Представительство по связям не имеет права заниматься коммерческой деятельностью и получать прибыль, однако разрешается проведение рыночных исследований и продвижение продукции на территории Индии.

Офис по реализации проекта создается иностранной компанией строго на период реализации конкретного проекта. Работа офиса полностью финансируется головной организацией.

5.4. Защита интеллектуальной собственности

В Индии вопросами охраны интеллектуальной собственности, включая регистрацию ее объектов, занимается Индийское патентное ведомство (Indian Patent Office), полное наименование — Управление Генерального контролера по патентам, промышленным образцам и товарным знакам (Office of Controller General of Patents, Designs & Trade Marks, CGPD TM). Ведомство входит в структуру Департамента содействия промышленности и внутренней торговли при Министерстве торговли и промышленности Индии. Признание международных прав на интеллектуальную собственность обеспечено участием Индии в международных соглашениях:

- Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности (ТРИПС);
- Стокгольмская конвенция об учреждении Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС);
- Парижская конвенция по охране промышленной собственности;
- Договор о патентной кооперации;
- Мадридское соглашение о международной регистрации знаков;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков;
- Бернская конвенция об охране литературных и художественных произведений;

- Женевская конвенция об охране производителей фонограмм от несанкционированного копирования;
- Вашингтонский договор об интеллектуальной собственности на интегральные схемы;
- Ниццкое соглашение о международной классификации товаров и услуг (МКТУ) для регистрации товарных знаков;
- Венское соглашение о международной классификации изобразительных элементов знаков;
- Локарнское соглашение о международной классификации промышленных образцов;
- Договор ВОИС по авторскому праву;
- Договор ВОИС об исполнениях и фонограммах.

Национальное законодательство в области прав интеллектуальной собственности включает следующие нормативные и правовые акты:

- Закон «О товарных знаках» № 47 от 1999 г.;
- Закон «О патентах» № 39 от 1970 г.;
- Закон «О промышленных образцах» № 16 от 2000 г.;
- Закон «О географических указаниях товаров» № 48 от 1999 г.;
- Правила промышленных образцов 2001 г.;
- Правила географических указаний товаров 2002 г.;
- Патентные правила 2003 г.;
- Правила товарных знаков 2017 г.;
- Руководство по патентным практикам и процедурам от 2019 г.;
- Руководство по практикам и процедурам в отношении промышленных образцов.

Регистрация товарного знака

Товарные знаки признаются объектами интеллектуальной собственности, охрана которых в Индии может быть оформлена путем подачи заявки в патентное ведомство CGPDTM или международной регистрации в соответствии с Мадридским протоколом. Международная предварительная проверка позволяет ускорить национальную экспертизу.

Юридическое лицо, претендующее на статус владельца товарного знака, который используется или предполагается к использованию, подает заявку на государственную регистрацию. Рекомендуется тщательно продумать перечень товаров и услуг для заявки в рамках МКТУ.

При подаче заявки через ВОИС заполняется утвержденная форма (ММ2). После проверки корректности заполнения формы ВОИС пересылает заявку в национальное ведомство, которое рассматривает заявку так же, как в случае национальной процедуры.

Основные шаги процедуры регистрации:

- 1) Проверка товарного знака (предварительный поиск) на тождество и сходство в электронном реестре на сайте патентного ведомства.
- 2) Подача заявки на регистрацию с указанием названия товарного знака, классов МКТУ, наименования и адреса заявителя, срока использования товарного знака.
- 3) Экспертиза заявки.
- 4) Предоставление и рассмотрение ответов на запросы и замечания, а также подача ходатайств о проведении слушания. Срок для направления ответа: 1 месяц.
- 5) Публикация заявки. В течение 4 месяцев с даты публикации возможно опротестование заявки. Срок для ответа на поданное возражение: 2 месяца.
- 6) Выдача свидетельства о регистрации при отсутствии возражений.

Правомерность обозначения проверяется по абсолютным и относительным основаниям.

Так, к абсолютным основаниям для отказа в регистрации можно отнести:

- обозначения, лишенные какого-либо отличительного характера;
- обозначения, состоящие исключительно из элементов, служащих для обозначения вида, качества, количества, назначения, стоимости, географического происхождения или времени производства товаров или оказания услуг;

- обозначения, противоречащие морали или общественному порядку;
- обозначения, которые вводят общественность в заблуждение, например в отношении характера, качества или географического происхождения товаров или услуг.

К относительным основаниям относится сходство до степени смешения с ранее зарегистрированными обозначениями.

Правовая охрана товарного знака Регистрация товарного знака дает право на судебную защиту в случае нарушения прав на него. Нарушением является использование тождественного или сходного до степени смешения обозначения (в отношении тех товаров и услуг, для которых зарегистрирован товарный знак) лицом, не являющимся правообладателем или законным пользователем.

Незаконное использование товарного знака может осуществляться в следующей форме:

- маркировка товаров и/или упаковки товарным знаком;
- предложение маркируемых товаров к продаже, размещение их на рынке и хранение для этих целей;
- предложение услуг под товарным знаком;
- импорт или экспорт товаров под товарным знаком;
- использование товарного знака в рекламе;
- использование товарного знака в деловой документации.

Регистрация товарного знака в Индии предусматривает средства защиты: гражданско-правовые (возмещение ущерба, судебный приказ о розыске и изъятии, замораживание активов) и уголовно-правовые (от штрафных санкций до тюремного заключения). В отсутствие сведений об ответчике выдаются судебные приказы в отношении неизвестного лица, которые позволяют использовать законные меры для отслеживания источника поддельных товаров, выявления и привлечения к ответственности правонарушителя.

Основные принципы и особенности защиты прав интеллектуальной собственности в Индии:

- согласно принципу «доброго имени», признается трансграничная репутация знака без фактического использования в регионе при условии ранней регистрации за пределами Индии и наличия практики международного использования;
- правообладатели могут регистрировать свои права на таможне для защиты от импорта контрафактной продукции;

- при установлении нарушения в отношении фирменного стиля изделия применяется тест на вводящее в заблуждение сходство. При этом заявитель должен доказать, что фирменный стиль сформировал себе вторичное значение или хорошую репутацию на рынке;
- знаки в виде жестов или движений, ставших уникальными в результате использования, также могут регистрироваться и охраняться;
- хорошо известным (по установленным в законе признакам) товарным знакам предоставляется защита от использования в отношении не связанных с ними товаров;
- один объект интеллектуальной собственности может пользоваться множественной охраной, в частности в рамках коммерческой тайны, авторского права, патента и/или товарного знака.

Действующее законодательство предусматривает защиту незарегистрированного товарного знака при доказанности следующих фактов:

- схожести товарного знака с чужим;
- использования чужого товарного знака без разрешения;
- введения в заблуждение потребителей.

Предпочтительно, чтобы факты (например, продажи или рекламы) имели место и были подтверждены на рынке Индии. Вместе с тем национальные суды обеспечивают защиту и трансграничной репутации компании. Суды Индии считают приоритетными сроки использования (зачастую включая международное использование), а не регистрации товарного знака.

Домены

С 2004 г. администрированием доменных имен в Индии занимается организация INRegistry. Организация была назначена правительством Индии и действует под управлением национальной интернет-биржи. Самостоятельно INRegistry домены не регистрирует, а аккредитует регистраторов в процессе открытого отбора. Национальный домен верхнего уровня в Индии — **.in**.

Для урегулирования споров в области доменных имен **.in** обращаются к системе INDRP (IN Domain Name Dispute Resolution Policy), которая определяет правила разрешения разногласий в связи с регистрацией и использованием доменного имени в интернете.

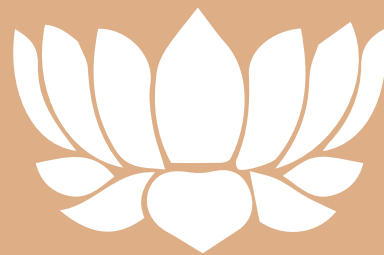


<https://www.xxxxx.in>

Продвижение продукции

A close-up photograph of a dark wooden bowl filled with several chocolate chip cookies. The cookies are golden-brown with visible dark chocolate chips. Some are whole, while one is broken in half, showing the interior. The bowl is lined with crumpled, light-brown parchment paper. The background is a dark, textured surface. A large, bold, white number '6' is superimposed over the lower-left portion of the cookies.

6



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Региональные маркетинговые стратегии

Индия — многоязычная страна, где сосуществуют различные религии и имеют-ся значительные региональные особенности в зависимости от штата. Поэтому при выходе на рынок страны принцип «одно решение для всех» не сработает. Местные обычаи, поведение потребителей и правила импорта существенно различаются в разных штатах, и для достижения успеха в Индии экспортерам потребуются региональные стратегии, учитывающие эти особенности.

Уникальное торговое предложение

При выходе на высококонкурентный и разноплановый рынок экспортерам желательно сформировать уникальное торговое предложение, учитывающее вкусовые предпочтения потребителей. Хорошие перспективы имеют компании, предлагающие полезные для здоровья инновационные продукты. Повышается спрос на популярные и необычные вкусы, а также изделия, созданные под влиянием индийской кухни. Небольшие и порционные упаковки помогут привлечь внимание потребителей к продукции новых брендов.

Ценовая стратегия

Индийские потребители чрезвычайно чувствительны к уровню цен. Для Индии характерны высокая степень имущественного неравенства и большой разброс покупательной способности населения. Экспортеры должны определить, на какие слои населения ориентирована их продукция и выгодно ли им продавать свой товар по тем ценам, которые готовы платить потребители. К примеру, чтобы обеспечить ценовую конкурентоспособность, некоторые компании-экспортеры продают товары в упаковках меньшего размера или с меньшим числом вариантов вкусов и ингредиентов. Поскольку основу рынка составляет низкий ценовой сегмент, и конкуренция на нем потребует значительных инвестиций в производство и сбыт, экспортерам, вероятно, целесообразно ориентироваться на высокий ценовой сегмент.

Наличие партнера

Индия — большой, разноплановый и сложный рынок со множеством нормативных требований и региональных особенностей. Выбор надежного и компетентного партнера поможет новым экспортерам успешно преодолеть все сложности местной деловой среды. Для максимально широкого охвата территории страны целесообразно сотрудничать с импортерами, которые имеют лицензии на дистрибуцию и работают с широкой сетью субдистрибьюторов.

6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

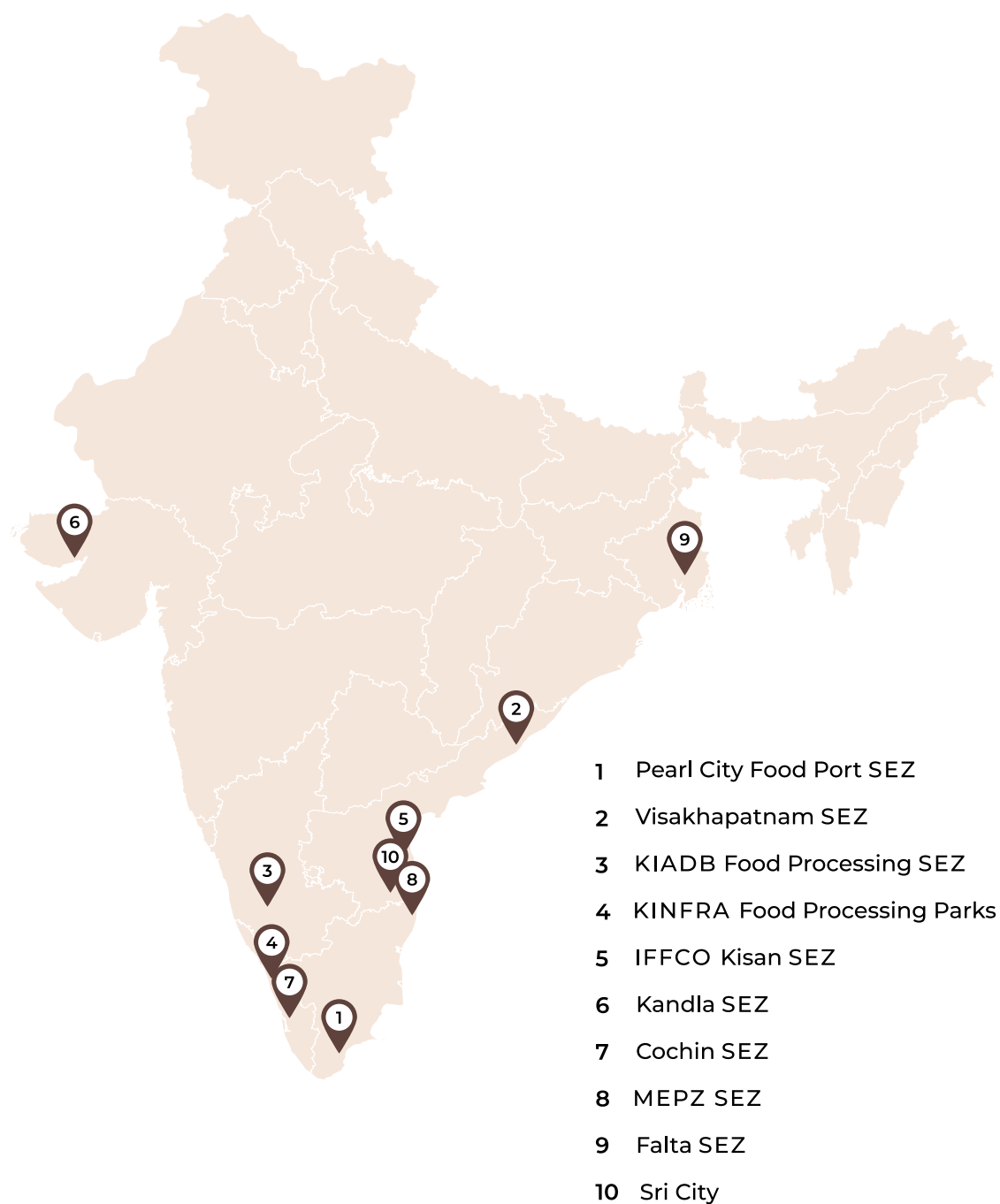
Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Baker's Technology Fair Специализированная выставка хлебобулочной и кондитерской промышленности www.bakerstechnologyfair.com	Бангалор Banhaluru Grand Palace	28 – 30 января 2025 02 – 04 июля 2025
AAHAR — The International Food & Hospitality Fair Международная выставка-ярмарка продуктов питания и сферы гостинично-ресторанного бизнеса https://indiatradefair.com/aahardelhi	Нью-Дели Pragati Maidan Exhibition Centre	Март 2025
Annapoorna — AnuFood India Международная выставка продуктов питания и напитков https://anuga-india.com	Мумбаи Bombay Exhibition Centre	20 – 22 августа 2025
Foodtech Asia Международная выставка упаковочного оборудования, пищевой промышленности и смежных отраслей http://foodtechasia.in	Индор The Labh Ganga Convention Center	Август 2025
India Food Forum Международная конференция и выставка пищевой промышленности www.indiafoodforum.com	Мумбаи Renaissance Mumbai Hotel & Convention Centre	Ноябрь 2025
SIAL India Выставка агропродовольственного сектора www.sialindia.com	Нью-Дели Pragati Maidan Exhibition Centre	Декабрь 2025

Особые экономические зоны





Рис. 30. Расположение особых экономических зон Индии



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

По [данным](#) Министерства торговли и промышленности Индии на начало 2024 г. выдано 423 разрешения на создание особых экономических зон (ОЭЗ), из которых 280 — действующие. При этом 35 ОЭЗ относится к торговым и многоотраслевым, остальные специализируются на одной из 12 отраслей (преимущественно на производстве электроники, полупроводников и услугах, связанных с информационно-коммуникационными технологиями)³. С полным перечнем действующих ОЭЗ можно ознакомиться на [сайте](#) министерства или по [ссылке](#).

Нормативная база по ОЭЗ Индии — это Закон «Об особых экономических зонах» ([Special Economic Zones Act](#), 2005) и «Правила создания и функционирования ОЭЗ» ([SEZ Rules](#), 2006). Отдельные аспекты деятельности ОЭЗ регламентируются Законом «О валютном контроле», Налоговым и Таможенным кодексами.

Налоговые льготы

Правительство Индии предоставляет налоговые и иные льготы для [прямых иностранных инвестиций](#) в отдельных секторах и регионах (на северо-востоке страны в штатах Джамму и Кашмир, Химачал-Прадеш, Уттаракханд).

В числе дополнительных льгот:

- полное освобождение от уплаты налога с экспортной прибыли в течение первых пяти лет для объектов ОЭЗ и пониженная ставка (50%) в течение последующих пяти лет, а также 50% от ставки налога для реинвестирования в течение еще пяти лет;
- освобождение от единого налога с поставки товаров и услуг конечному потребителю (взимаемого центральным правительством и правительствами штатов);
- беспошлинный режим внутренних закупок для развития, ведения деятельности и технического обслуживания компании.

В феврале 2020 г. для предприятий ОЭЗ был отменен налог на выплату дивидендов. В некоторых штатах застройщикам ОЭЗ предоставляется земля по льготным ставкам для развития отраслей промышленности в соответствии с приоритетной промышленной политикой штата.

Российским экспортерам агропромышленной продукции следует обратить внимание на следующие ОЭЗ Индии, специализирующиеся на пищевой промышленности:

Pearl City Food Port Special Economic Zone — на территории производственной площадки находятся логистические и складские мощности, ведется переработка зерна, растительных масел и овощей. Расположена в 30 км от порта Тутикорин, в 23 км от города Тутикорин и в 15 км от аэропорта Тутикорин.

³ <https://www.mepz.gov.in/sectorSez.html>

Visakhapatnam Special Economic Zone — в ОЭЗ находится несколько пищевых производств, включая переработку зерна, производство растительных масел и хлебопекарную промышленность. Центральный офис расположен в Вишакхапатнаме, штат Андхра-Прадеш.

KIADB Food Processing Special Economic Zone — на территории ОЭЗ, ориентированной на перерабатывающую промышленность, локализована, в частности, переработка растительной продукции. KIADB находится в Хассане, штат Карнатака.

KINFRA Food Processing Parks — в число резидентов входят компании, занимающиеся переработкой кокосов, производством растительных масел, мороженого и хлебобулочных изделий. Наряду с несколькими другими индустриальными парками, специализирующимися на АПК, KINFRA расположена недалеко от Кожикодде в штате Керала.

IFFCO Kisan SEZ (IKSEZ) — агропромышленная ОЭЗ с концепцией интегрированного агропарка. IKSEZ занимает площадь почти 1 тыс. га и расположена в округе Неллур штата Андхра-Прадеш в бассейне реки Пеннар. Преимуществом является три часа езды до международного аэропорта Тирупати и примерно столько же до морского порта Ченнаи.

Также стоит рассмотреть вариант размещения в многопрофильных ОЭЗ Индии:

Kandla Special Economic Zone расположена в штате Гуджарат в 9 км от порта Кандла. Считается крупнейшей в стране многопрофильной функциональной ОЭЗ.

Cochin Special Economic Zone расположена в штате Керала на юго-западе Индии. Поблизости находится один из главных транспортных хабов Южной Азии — Kochi International Container Transshipment Terminal (Vallarpadam Terminal). Это первый индийский терминал по перевалке и первый контейнерный терминал для работы в ОЭЗ с прямым морским доступом к важнейшим рынкам мира.

MEPZ Special Economic Zone расположена в 6 км к югу от международного аэропорта Ченнаи и примерно в 30 км от одноименного морского порта. ОЭЗ была создана как зона экспортной переработки и развития экспорта за счет снижения транзакционных издержек. С этой целью, помимо упрощения таможенных процедур, правительством Индии были введены специальные функции — открытие на территории ОЭЗ офшорных банковских подразделений и создание контейнерных станций.

Falta Special Economic Zone расположена в 55 км от центра Колкаты. Наряду с целым рядом отраслей, в ОЭЗ размещены предприятия пищевой промышленности, преимущественно производители чая.

Sri City расположена в 55 км к северу от Ченнаи. Многопродуктовая ОЭЗ включает зону внутренних тарифов, зону свободной торговли и складирования, кластер производителей электроники.

Отдельный вариант — размещение производств в зонах свободной торговли и складирования (Free Trade Warehousing Zone, FTWZ). Они ориентированы на торговую и складскую деятельность вблизи морских портов и аэропортов, считаются иностранной территорией с точки зрения правил торговли и тарифов. В FTWZ разрешен беспошлинный ввоз всех товаров (кроме запрещенных) для складирования, перепродажи или реэкспорта. Примером ОЭЗ данного типа является промышленная зона AMRL на юге Индии на побережье Индийского океана вблизи международного аэропорта Тируванантапурама. AMPL расположена рядом с зоной внутренних тарифов и складирования, куда грузы могут доставляться непосредственно из портов без таможенной оценки и уплаты пошлин. Кроме того, возможно беспошлинное хранение товаров в течение двух лет.

Еще один пример FTWZ — это проекты, развиваемые частными компаниями. К примеру, Arshiya International Limited управляет двумя FTWZ:

- Panvel на окраине Мумбаи в 24 км от главного торгового порта Нава-Шева (Джавахарлал Неру Порт). Удобна для грузовых перевозок в западном направлении;
- Khurja примерно в 80 км от Нью-Дели. Является частью мегалогистического хаба, включающего железнодорожный узел, распределительный хаб и контейнерный терминал.

Chennai FTWZ (J Matadee FTZ) расположена в городе Сриперумбудур в штате Тамил-Наду менее чем в 30 км от Ченнаи и одноименного международного аэропорта. Зона располагает обширной застроенной площадью, которую арендуют мультинациональные компании.

Компания Dutyfree Warehouses развивает FTWZ в трех ОЭЗ: **Kandla SEZ** и **Mundra SEZ** (штат Гуджарат), и **Noida SEZ** (Нью-Дели). Предоставляются специализированные помещения для хранения продукции, осуществляются погрузо-разгрузочные работы, таможенное оформление, логистика, переупаковка и прочие операции. Склады имеют выход к автомобильным и железнодорожным магистралям.

Serama FTWZ принадлежит Serama Logistics, крупному поставщику логистических услуг в Индии. Компания обеспечивает в том числе складирование, экспедирование, мультимодальные перевозки, внутрипроизводственную логистику и таможенное оформление. Штаб-квартира Serama Logistics расположена в Ченнаи, а филиалы компании — в ряде регионов.

Для получения статуса резидента одной из особых экономических зон Индии компания должна подать заявление по установленной форме (Form F) в пяти экземплярах в администрацию соответствующей ОЭЗ, с копией для девелопера. Пакет заявительных документов включает:

- обратный переводной вексель (crossed demand draft) на сумму 10 тыс. индийских рупий (120 долл. США), выписанный на имя представителя Министерства торговли и промышленности (в Мумбаи);

- копию свидетельства о регистрации бизнеса (с уставом и учредительным договором компании или договором о товариществе в случае партнерской фирмы);
- подтверждение места жительства владельца/партнеров/директоров;
- налоговую декларацию собственника или партнеров за последние три года (заверенную финансовую отчетность, если собственником компании является юридическое лицо);
- краткое описание проекта с указанием опыта промоутеров, маркетинговых связей, источников финансирования и др.

Условия открытия бизнеса в **индийских ОЭЗ** значительно варьируются в зависимости от штата. Регистрация компании в среднем занимает 2–3 месяца, открытие счета в индийском банке — до 4 недель. Стоимость аренды промышленных помещений может отличаться в разы и достигать 18 тыс. долл. США за 1 тыс. м² в год.

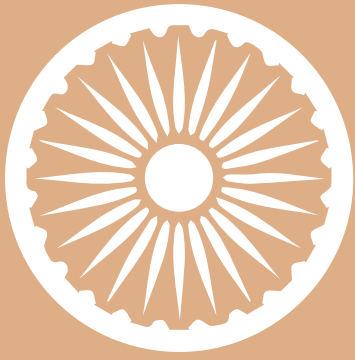
Перспективы размещения российских компаний на территории особых экономических зон Индии

Локализация производства в индийских ОЭЗ, специализирующихся на развитии агропромышленного комплекса и/или экспорта, может представлять интерес для российских производителей в качестве площадки для выхода как на индийский рынок, так и на рынки соседних стран. Участие Индии в Южноазиатской зоне свободной торговли (South Asian Free Trade Area, SAFTA) наряду с Пакистаном и Бангладеш, а также наличие преференциальных таможенных условий со странами АСЕАН (крупнейшие участники — Индонезия, Филиппины, Вьетнам, Таиланд) открывает российским производителям, работающим в индийских ОЭЗ, доступ к динамично растущему рынку с совокупным населением свыше 2 млрд человек.

Для компаний, осуществляющих прямые поставки из Индии или производящих продукцию в стране, площадка должна быть удобно расположена для приобретения необходимого сырья и в то же время находиться в районе, подходящем для экспорта. В этом плане оптимальным вариантом для российского предпринимателя будут ОЭЗ, размещенные в штате Керала (например, Cochin SEZ или KINFRA Food Processing Parks), где находится порт Кочин, один из крупнейших портов страны с выходом в Индийский океан. Также обращает на себя внимание штат Андхра-Прадеш, где зарегистрировано наибольшее количество действующих ОЭЗ, специализирующихся на пищевой промышленности (Visakhapatnam SEZ, Kakinada SEZ, Sri City, IFFCO Kisan SEZ и др.). В настоящее время в портах Андхра-Прадеш (Гангаварам, Какинада и Кришнапатнам) ведется строительство новых мощностей, а в 2019 г. Банком развития БРИКС было одобрено финансирование проектов, направленных на улучшение дорожной инфраструктуры штата.

Особенности ведения бизнеса





Индия — густонаселенная страна с большим национальным, культурным и религиозным разнообразием. От штата к штату различаются языки, культура, инфраструктура, политика, бизнес-ландшафты. Огромное влияние на повседневную жизнь оказывает религия: от организации рабочего места и ношения религиозных аксессуаров до многочисленных религиозных праздников.

Планирование и проведение встречи

Выход на индийский рынок рекомендуется начинать со знакомства с будущим партнером через нейтрального посредника, хорошо знающего специфику штата, в котором вы планируете работать.

В Индии любые контакты быстрее налаживаются в процессе прямого личного общения. Договариваться о встрече рекомендуется, как минимум, за месяц и неоднократно подтверждать намерение ее провести. При планировании деловой поездки необходимо учитывать государственные и религиозные праздники.

В Индии при организации деловой встречи не принято придерживаться строгого графика. Дата может незначительно корректироваться, а начало встречи — задерживаться, хотя иностранным партнерам следует проявлять пунктуальность, чтобы показать свое уважение к коллегам. Встречи обычно назначаются поздним утром (~11:00) или в дневное время (~15:00/16:00). Чтобы не опоздать, учитывайте, что городской дорожный трафик может быть крайне хаотичным и непредсказуемым.

Встреча, как правило, начинается со светской беседы. Вам могут задавать много личных вопросов. Это считается признаком искреннего интереса к собеседнику и способствует укреплению доверия. Вы, в свою очередь, тоже можете расспросить индийских партнеров об их семьях. В начале встречи часто предлагают чай и национальные угощения, от которых желательно не отказываться, чтобы не обидеть принимающую сторону.

Первая встреча обычно проходит в свободном формате, без строгой повестки и носит ознакомительный характер. Четкого согласия о сотрудничестве после нее не стоит ожидать: в местной предпринимательской среде не любят спешку. Неторопливый ритм ведения переговоров — норма.



Этикет приветствия

Приходя на деловую встречу, первым нужно приветствовать старшего по статусу. Стандартное деловое приветствие — рукопожатие правой рукой. Желательно дождаться, пока индийский собеседник протянет вам руку первым.

В редких случаях индийцы могут использовать приветствие намасте, что в переводе означает «поклон вам» или «приветствую божественное в вас». Выполняется оно довольно просто — нужно сложить ладони перед собой в молитвенном жесте пальцами вверх и слегка поклониться.

Стиль одежды

Для мужчин уместен легкий костюм, в том числе светлых оттенков, галстук необязателен. Если встреча проходит на уровне государственных ведомств или банковских учреждений, рекомендуется придерживаться более консервативного стиля. В IT-сфере допускается более свободный дресс-код. Женщинам рекомендуется носить элегантную закрытую одежду, например брючные костюмы. Плечи, сакральная часть тела в индуистской культуре, должны быть закрыты.

Подарки

Подарки не являются обязательной процедурой, но произведут приятное впечатление. Хорошим подарком будет традиционный сувенир из России, национальные сладости или качественный шоколад. Не следует дарить алкоголь и мясную продукцию. Приверженцы индуизма не едят мясо животных, которых считают священными, например говядину. Кроме того, в стране много вегетарианцев (~40%). Мусульманам нельзя дарить продукты из свинины, изделия из свиной кожи, художественные изображения живых существ. Дорогие подарки могут смутить партнеров.

При упаковке подарков не следует использовать черный и белый цвета. Предпочтительны красный, зеленый, желтый, голубой — цвета, символизирующие удачу. Подарки в Индии не принято открывать при дарителе. Если вам вручили подарок, уже после встречи можно позвонить или написать партнеру, чтобы поблагодарить за подарок.

Визитные карточки

Визитными карточками обмениваются после приветствия. Принимать и передавать их нужно правой рукой и внимательно прочитать после получения. Если есть ученая степень, ее обязательно следует указать на карточке. Текст карточки желательно сделать на английском языке.

Деловое общение

Государственными языками в Индии являются хинди и английский, но помимо них многонациональное население страны говорит на 120 языках и более 19 тыс. диалектах. В роли языка межэтнического общения выступает английский, знание которого — показатель образованности и престижа. Однако индийцы говорят на английском с таким специфическим, трудным для восприятия иностранцами акцентом, что на деловую встречу надежнее пригласить профессионального переводчика. Базовые знания хинди, особенно в центральных регионах, помогут расположить индийских партнеров к себе.

Стиль коммуникации в Индии — непрямой. Вам никогда не скажут твердого, однозначного «нет», потому что категоричные отказы в этой культуре несут оскорбительный смысл. Вместо этого индийцы используют обтекаемые фразы «посмотрим», «я попробую», «да, но это может быть сложно». Чересчур прямые высказывания контрагента, в свою очередь, тоже могут быть восприняты индийскими партнерами негативно. Иногда, чтобы добиться внятного, конкретного ответа, нужно переформулировать вопрос. Например, если вы пытаетесь договориться о встрече, а от ответа уклоняются, можно спросить, в какой день или в какое время было бы удобно встретиться или созвониться.

Деловая культура в Индии иерархична. Решения принимаются на самом высоком уровне. В команде строго соблюдается распределение ролей. Если на встрече не присутствуют менеджеры высшего звена или руководство компании, то принятие решения на этом этапе маловероятно. Чтобы ускорить процесс принятия решений, лучше фиксировать все достигнутые договоренности в письменном виде.

Одной из особенностей деловой культуры страны является свободное отношение к своим договорным обязательствам: индийские партнеры могут пересматривать достигнутые договоренности в одностороннем порядке. В категории «Обеспечение соблюдения контрактов» [рейтинга Doing Business 2019 г.](#) Индия находилась на 163 месте из 190. На разрешение споров в суде может уйти в среднем до четырех лет. Поэтому даже после заключения сделки необходимо не расслабляться и тщательно контролировать каждый этап ее выполнения.

Чтобы обезопасить себя от рисков, лучше искать партнера, который рассчитывает на продолжительное деловое сотрудничество и ожидает от коллег выполнения долгосрочных обязательств.



Государственные праздники

Рис. 18. Государственные праздники Индии в 2025 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
День Республики	26 января
Холи	14 марта
День банков	1 апреля*
Рам Навами	6 апреля
Махавир Джаянти	10 апреля
Будда Пурнима	12 мая
Бакрид	7 июня
День независимости	15 августа
Джанмаштами	16 августа
Мавлид	5 сентября
День рождения Махатмы Ганди	2 октября

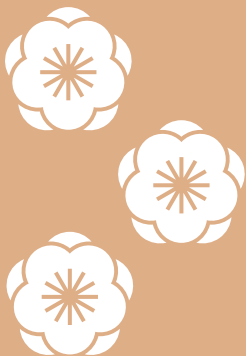
Источник: [Office Holidays](#)

Примечание. *Выходной только для банковских учреждений.

Помимо вышеперечисленных общенациональных праздников в Индии есть более 170 региональных (они объявляются выходными только в отдельных штатах). В совокупности эти праздники происходят буквально каждую неделю. Перед планированием деловой поездки в отдельный штат следует уточнить расписание его праздников самостоятельно, например на сайте [Office Holidays](#). Праздничный график в каждом конкретном штате важно знать также и в практических целях: праздники можно использовать для продвижения отдельных видов продовольственной продукции.

Преимущества и риски осуществления поставок





Содержание

9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Политические и торгово-экономические отношения

Индия является стратегическим партнером России. Расширение торгово-экономического и инвестиционного сотрудничества — ключевой приоритет для продвижения стратегического партнерства стран и наращивания двустороннего товарооборота до 30 млрд долл. США к 2025 г., что вдвое превосходит текущий уровень (в 2023 г. он составил 71,1 млрд долл. США — рост в 5,9 раза к 2021 г. и в 1,6 раза к 2022 г., по данным ITC Trademap).

Емкий рынок

Индия — один из крупнейших мировых рынков, привлекательность которого для экспортеров продовольствия растет с каждым годом. По прогнозам, в ближайшие десятилетия будет наблюдаться динамичный рост потребления, в том числе мучных кондитерских изделий. Данный тренд связан с большой долей молодого населения и экономическим развитием страны в целом. В 2023 г. объем рынка мучных кондитерских изделий в Индии составил 6,7 млрд долл. США, что на 2,8% выше уровня 2022 г. Ожидается, что рынок будет расти высокими темпами, и в течение ближайших трех лет вырастет более чем на 20,5%. Поскольку многие виды мучных кондитерских изделий в Индии исторически относились к категории деликатесов, ведущие производители печенья продолжают расширять ассортимент продукции за счет включения в них марок премиум-класса.

Мучные кондитерские изделия пользуются спросом как в городах, так и в сельской местности, они потребляются преимущественно в упаковках небольшого размера. Почти 94% мучных кондитерских изделий реализуется через розничные каналы продаж. Несмотря на снижение объема продукции, реализуемый через сектор общественного питания в 2020 г. на фоне противоэпидемиологических ограничений, общий объем продаж практически не упал благодаря стабильному росту спроса в рознице. В связи с этим основными ключевыми партнерами для осуществления импортных поставок кондитерских изделий в Индию являются небольшие дистрибьюторские сети регионального значения.

Растущие объемы импорта

Темп роста импорта мучных кондитерских изделий незначительно опережает темп роста экспорта. Так, с 2014 г. по 2023 гг. импорт в натуральном выражении увеличивался ежегодно на 9,1%, экспорт — на 6,2%. Тенденция роста импортных поставок сохранится, учитывая размер индийского рынка, темпы его развития и повышенный спрос на закуски западного типа. К популярным среди населения относятся прочие мучные кондитерские изделия, доля которых пока еще мала, но демонстрирует тренд к увеличению.

К данной категории относятся вафельные пластины, сухари, гренки и их аналоги, вафли и сладкое сухое печенье, хрустящие хлебцы и имбирное печенье.

Государственная поддержка национальных производителей не создает барьеров для импорта

В Индии преимущественно действуют общие (горизонтальные) меры поддержки малого и среднего предпринимательства во всех отраслях хозяйства. Среди наиболее востребованных программ в сфере пищевой промышленности — субсидии на покрытие затрат на холодильное оборудование для хранения продукции, субсидирование инвестиций на модернизацию технологий, венчурное финансирование, субсидия на сертификацию качества по схеме, субсидия на переобучение. Правительство осуществляет поддержку малого бизнеса (особенно в сельскохозяйственном секторе), во главе которого находятся женщины-предприниматели. Таким образом, российские экспортеры не столкнутся с существенными барьерами, обусловленными мерами поддержки национальных производителей, однако вне зависимости от этого конкуренция на рынке достаточно высокая.

9.2. Риски

Высокий уровень конкуренции

Российские экспортеры на индийском рынке будут вынуждены конкурировать с зарубежными и местными производителями и поставщиками мучных кондитерских изделий. Индийские производители, ориентирующиеся на сформировавшиеся в стране паттерны потребления, способны удовлетворить значительную часть внутреннего спроса. Более 2 тыс. несетевых частных пекарен, реализующих около половины всех мучных кондитерских изделий, занимают прочные позиции на рынке благодаря низким ценам и продукции, адаптированной к региональным вкусам.

Отдельные ниши, в которых преобладает импортная продукция, заняты крупнейшими транснациональными игроками с развитой сетью дистрибуции, продукцией достаточно хорошего качества и узнаваемыми брендами. При этом их продукция реализуется в местах массовых продаж в дешевом и среднем ценовых сегментах.

Крупнейшие импортеры мучных кондитерских изделий в Индию — Бангладеш, Индонезия и Малайзия. На долю этих стран в 2023 г. пришлось 82,9% от общего импорта в натуральном и 79,9% в стоимостном выражении.

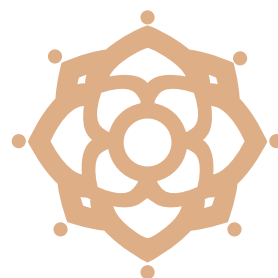
Высокие тарифные пошлины и нетарифные барьеры

В Индии одни из самых высоких ставок ввозных таможенных пошлин. Между Россией и Индией пока не заключено соглашение о свободной торговле. При этом ведутся переговоры о создании зоны свободной торговли между Индией и ЕАЭС. Таким образом, при импорте российских мучных кондитерских изделий применяется ставка РНБ 30%. В свою очередь, к продукции ключевых импортеров применяется нулевая ставка таможенных пошлин. Кроме того, в зависимости от типа к ввозимой в Индию продукции применяется также и налог на товары и услуги (GST) 0–28%.

Помимо тарифных барьеров, экспорт продукции агропромышленного комплекса в Индию ограничивается жесткими стандартами, техническими регламентами и санитарными правилами, не всегда соответствующими общепринятым международным нормам. Строгие требования также установлены к упаковке и маркировке продукции.

Чувствительность потребителей к цене

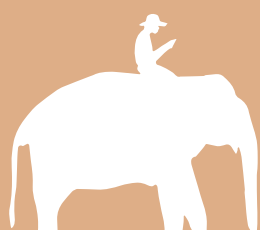
Несмотря на высокие темпы роста благосостояния, общий уровень доходов в Индии остается невысоким, в связи с чем индийские потребители крайне чувствительны к ценам на продукты питания и не готовы переплачивать за «известный бренд» при наличии более дешевого продукта на рынке. Конкурентоспособная цена — особенно важный фактор успешности поставок на данный рынок.



Карта действий экспортера



10



Организации экспортных поставок мучных кондитерских изделий в Индию должны предшествовать тщательное изучение рынка и его специфики. Важно убедиться, что продукция, которую планируется экспортировать в Индию, будет востребована потребителями. Игнорирование подобного исследования чревато убытками. Ошибка в планировании на начальном этапе приведет к тому, что торговая наценка не обеспечит покрытия всех издержек.

Деловые отношения с зарубежными партнерами начинаются задолго до подписания контракта. Компании-поставщику необходимо провести глубокий анализ своей готовности к выходу на рынок Индии, и при необходимости, внести соответствующие коррективы. Должны быть учтены следующие аспекты:

- достаточность производственных мощностей и ресурсов для экспорта товаров;
- соответствие маркировки, упаковки и дизайна продукции индийским стандартам;
- необходимость оптимизации способа реализации продукции.

При подготовке к выходу на рынок Индии до начала поставок необходимо изучить технические барьеры в стране назначения. Целесообразно использовать следующий алгоритм действий:

- 1) Соберите общую информацию о барьерах.
- 2) Определите возможные запреты и ограничения на импорт.
- 3) Найдите партнера или агента в стране назначения.
- 4) Определите и учтите обязательные требования к экспортируемому товару.
- 5) Определите предусмотренные для товара формы оценки соответствия.
- 6) Подготовьте документацию, которая необходима для проведения оценки соответствия.
- 7) Разработайте маркировку.
- 8) Определите и учтите дополнительные требования (требования рынка).
- 9) Учтите вопросы охраны интеллектуальной собственности при экспорте.

Для начала поставок предлагается следующий алгоритм действий:

- 1) Выберите партнера или агента в стране назначения.
- 2) Оформите полный пакет таможенных документов.
- 3) Проверьте соблюдение экспортных правил и убедитесь, что товарам присвоены верные коды ТН ВЭД.
- 4) Оплатите пошлины и сборы с учетом имеющихся льгот.
- 5) Организуйте доставку и страхование груза.



Контактная информация



11.1. Потенциальные партнеры

Импорт

Дистрибьюторская деятельность

Chenab Impex



Адрес: J-1A, Ansa Industrial Estate, Saki Vihar Road, Sakinaka, Andheri (East), Mumbai 400072, Maharashtra, India

Тел.: +91 22 4079 5800, +91 22 2847 8880

E-mail: sales@chenabimpex.com

Сайт: www.chenabimpex.com

Импорт

Розничная торговля

Dugar Overseas



Адрес: D-64, 2nd Floor, Chhatarpur Hills, Pocket D, Chhatarpur Enclave, Chhatarpur, New Delhi 110074, India

Тел.: +91 11 2630 3123/26

E-mail: dugar@satyam.net.in

Сайт: www.dugaroverseas.com/home

Импорт

Розничная торговля

DC Johar & Sons



Адрес: Market Road, Ernakulam, Cochin, Kerala 682011, India

Тел.: +91 484 2352 307, +91 989 5055 066

E-mail: info@joharsgroup.com

Сайт: <https://joharsgroup.com>

Импорт

Розничная торговля

Ubuy Technologies



Адрес: F-23, 6th floor, Jaipur Electronic Market, Riddhi Siddhi Circle, Near Triveni Nagar, Gopalpura bypass, Jaipur, Rajasthan 302018, India

Тел.: +91 790 165 5023, + 91 830 612 3496

E-mail: info@ubuy.com

Сайт: www.ubuy.co.in

Импорт

Розничная торговля



Snackstar

Тел.: +91 11 4164 5145

E-mail: snackstar.in@gmail.com

Сайт: www.snackstar.in

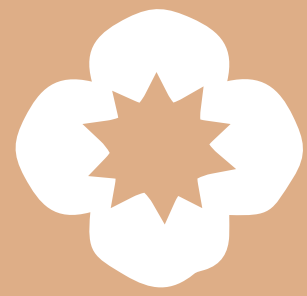
11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Министерство сельского хозяйства и поддержки фермеров (Ministry of Agriculture & Farmers Welfare)	Адрес: Krishi Bhawan, New Delhi Тел.: +91 11 2338 9340 E-mail: jspp-dac@gov.in Сайт: https://agriwelfare.gov.in
Управление по безопасности и стандартам пищевой продукции Индии (Food Safety and Standards Authority of India)	Адрес: FDA Bhavan, Kotla Road, New Delhi Тел.: +91 11 2322 0991, +91 11 2322 0992 E-mail: helpdesk-fosc@sasai.gov.in , chairperson@sasai.gov.in Сайт: www.fssai.gov.in
Главное управление внешней торговли Индии (Directorate General of Foreign Trade)	Адрес: • Vanijya Bhawan, «A» Wing, 16 Akbar Road, New Delhi • Udyog Bhawan, «H» Wing, Gate № 2, Maulana Azad Road, New Delhi Тел.: +91 18 0011 1550 E-mail: dgftedi@nic.in Сайт: www.dgft.gov.in
Управление Главного контролера патентов, промышленных образцов и товарных знаков Индии (The Office of the Controller General of Patents, Designs & Trade Marks)	Адрес: Boudhik Sampada Bhavan, Antop Hill, S.M. Road, Mumbai Тел.: +91 11 2304 8155 E-mail: cgooffice-mh@nic.in Сайт: https://ipindia.gov.in
Агентство по продвижению и поддержке инвестиций Индии (Investment Promotion and Facilitation Agency)	Адрес: Vigyan Bhavan Annexe, Maulana Azad Road, New Delhi Тел.: +84 24 38464489 E-mail: contact@investindia.org.in Сайт: www.investindia.gov.in
Департамент продовольствия и общественного распределения Министерства по делам потребителей, продовольствия и общественного распределения (Department of Food and Public Distribution Ministry of Consumer, Affairs, Food and Public Distribution)	Адрес: Krishi Bhawan, New Delhi Тел.: +91 11 2378 2807 Сайт: https://dfpd.gov.in

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



12



Программа льготного кредитования

В рамках данной меры поддержки сельхозтоваропроизводители могут получить краткосрочные и инвестиционные кредиты по ставке не более 10%.

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

Программа позволяет возместить 25% затрат на транспортировку для всех направлений, а также 50% при осуществлении отгрузок в ряд стран африканского континента, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. 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. руб. в год за участие не более чем в 5 мероприятиях, крупному бизнесу возмещается до 2 млн руб. в год за участие не более чем в 5 мероприятиях.

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

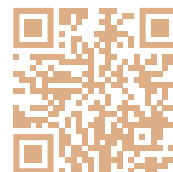
Бизнес в Индии регулируют следующие основные законодательные акты:

- Акт о компаниях (The Companies 2013 Act) 2013 г.;
- Акт о товариществах (The Partnership Act) 1932 г.;
- Акт о товариществах с ограниченной ответственностью (Limited Liability Partnership Act) 2008 г.;
- Акт о конкуренции (The Competition Act) 2002 г.;
- Акт о подоходном налоге (The Income Tax Act) 1961 г.;
- Акт Индии о контрактах (The Indian Contract Act) 1872 г.;
- Акт о регулировании иностранной валюты (Foreign Exchange Management Act, FEMA), 1999 г.;
- Акт о Совете Индии по ценным бумагам и биржам (Securities and Exchange Board of India Act, SEBI) 1992 г. в редакции 2014 г.;
- Акт о регулировании договоров по ценным бумагам (Securities Contracts Regulation Act, SCRA) 1956 г.

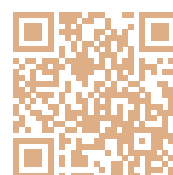
Законодательные документы Индии официально публикуются на сайте.

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

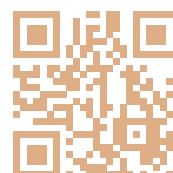
Библиотека экспортера — уникальный раздел, который содержит экспортные гиды, краткие версии концепций продвижения, аналитические обзоры ВЭД, а также обзоры ВТО по правовым аспектам внешней торговли, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



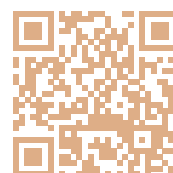
Господдержка — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



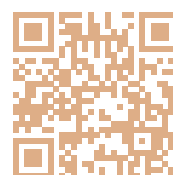
Мероприятия — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



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, Халаль, Кошер и Органика.

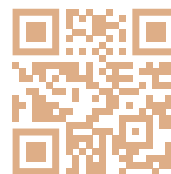


Новости — самые актуальные новости аграрного экспорта, а также дайджесты российских и зарубежных СМИ.

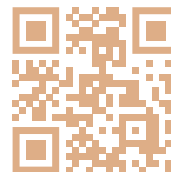


Мы в социальных сетях:

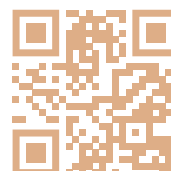
Вконтакте: vk.com/aemcx



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

