

10 марта 2025

МЯСО КРС

 **ИНДОНЕЗИЯ**



Обзор ВЭД



Содержание

Паспорт страны	5
Внешняя торговля продукцией АПК	10
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Индонезией	16
Обзор рынка мяса КРС в Индонезии	19
Импорт мяса КРС Индонезии	25
Тарифная защита рынка	31
Потребительские предпочтения	32
Торгово-распределительная сеть	35

Мнение эксперта



Сергей Юшин

Руководитель Национальной мясной ассоциации



Перспективы России на индонезийском рынке связаны в первую очередь с быстрым ростом численности населения и высокими темпами развития экономики. Располагаемые доходы в стране увеличиваются, при этом более 85% населения составляют мусульмане, поэтому говядина в их рационе всегда будет занимать важное место.

Исходя из текущего уровня потребления, можно рассчитывать на его значительный рост в ближайшие годы и даже десятилетия. В настоящее время потребление мяса КРС на душу населения в Индонезии составляет лишь 2,4 кг в год. В связи с относительно низкими доходами населения этот показатель существенно ниже среднемирового, который приближается к 9 кг/чел. в год. Такая разница обуславливает перспективы для кратного роста спроса в долгосрочной перспективе.

Мы понимаем, что Австралия, основной поставщик говядины на индонезийский рынок, обладает существенными логистическими преимуществами и имеет возможность поставлять как живой скот, так и охлажденное и замороженное мясо. Между тем, как известно, Индонезия — важный туристический центр, который привлекает посетителей со всего мира и которому важно предоставлять качественные услуги в сегменте HoReCa. Поэтому Россия в Индонезии, как и на ряде других рынков, может иметь преимущества с точки зрения поставок премиальной говядины. И хотя физические объемы будут невысоки, в стоимостном выражении это будут заметные цифры.



- Экономическое положение Индонезии характеризуется стабильно высокими темпами роста реального ВВП и постепенным увеличением уровня благосостояния граждан. За последние десятилетия стране удалось значительно уменьшить долю населения, проживающего за чертой бедности, а также войти в число государств с доходами выше среднего уровня, согласно классификации Всемирного банка. В среднесрочной перспективе ожидается сохранение темпов роста индонезийского ВВП на уровне около 5% ежегодно на фоне проведения правительством страны важных экономических реформ.
- Индонезия является нетто-экспортером сельскохозяйственных товаров и входит в топ-15 стран-поставщиков продуктов питания в мире. Основным экспортным товаром национального АПК является пальмовое масло — в 2024 г. на него пришлось 40,5% стоимостного экспорта республики. В число наиболее востребованных на внешних рынках сельскохозяйственных товаров Индонезии также вошли маргарин (3,9%), какао-масло и какао-жир (3,4%). В структуре импорта страны наибольшую долю по итогам года заняли пшеница (12,8% всего объема импорта сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении), сахар свежловичный и тростниковый (10,7%), а также рис (9,5%).
- Мясо КРС является вторым по популярности видом мяса в Индонезии после мяса птицы и занимает важное место в рационе жителей республики. В 2024 г. объем потребления говядины в стране составил 679,4 тыс. тонн (2,4 кг на человека в год). При этом почти треть совокупного внутреннего спроса на данную продукцию удовлетворяется за счет импорта, поскольку ее местного производства в настоящее время недостаточно для насыщения индонезийского рынка.
- В 2024 г. поголовье КРС в Индонезии составило 12,8 млн голов, в том числе 11,7 млн коров мясного направления, 0,6 млн буйволов и 0,5 млн коров молочно-го направления. Объем производства мяса КРС в стране в 2024 г. достиг 496,2 тыс. тонн, увеличившись на 3,9% по сравнению с 2023 г. При этом более 60% индонезийской говядины производится на острове Ява.
- Основным экспортером мяса КРС в Индонезию является Австралия, в 2024 г. поставившая в страну 158,8 тыс. тонн продукции на сумму 482,6 млн долл. США. В число крупнейших экспортеров на рынок Индонезии по итогам года также вошли Индия (40,9 тыс. тонн на 135,6 млн долл. США) и США (14,9 тыс. тонн на 89,5 млн долл. США).
- Значительная часть мяса КРС в Индонезии реализуется через традиционные рынки, привлекающие потребителей широким ассортиментом и доступными ценами. Однако в последние годы в крупных городах страны набирают популярность специализированные мясные магазины, которые не только предлагают покупателям большой выбор различных видов мяса, но и дополнительно делают акцент на качестве и безопасности реализуемой продукции.

Паспорт страны

Индонезия — крупнейшее в мире островное государство, расположенное в Юго-Восточной Азии. Страна занимает четвертое место в мире по численности населения и отличается большим этнокультурным разнообразием — на территории республики проживает более 300 народов. Индонезийская экономика сегодня динамично развивается в первую очередь благодаря экспортно ориентированной промышленности — страна входит в число ведущих производителей и поставщиков никеля, угля, ферросплавов, природного газа и медной руды. Важную роль в национальной экономике играет и сектор АПК: Индонезия является ключевым игроком на мировом рынке пальмового масла, крупнейшим производителем кокосовых орехов и ананасов, а также одним из основных производителей манго, каучука, бананов, кофе и перца чили. При этом в силу географических и климатических особенностей на территории республики ограничены возможности по выращиванию целого ряда прочих культур, которые страна преимущественно приобретает на внешних рынках. В частности, Индонезия входит в топ-3 импортеров пшеницы, сахарного тростника, груш и чеснока. Страна последовательно наращивает закупки продукции АПК, объем которых в 2024 г. составил рекордные 28,4 млрд долл. США, в связи с чем представляет собой перспективное направление для экспорта российской продукции.



Общая информация (2023 г.)

ВВП в текущих ценах: 1 371,2 млрд долл. США

ВВП по ППС в текущих ценах: 4 334,7 млрд межд. долл.

Рост реального ВВП: 5,0%

ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах: 15,6 тыс. межд. долл.

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод: 4,8 тыс. долл. США, группа стран с доходами выше среднего уровня

Уровень инфляции: 3,7%

Приток ПИИ: 21,6 млрд долл. США

Население: 278,7 млн человек

Площадь территории страны: 1 916,9 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 646,0 тыс. км²

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

Уровень урбанизации: 58,6%

Уровень безработицы: 3,3%

Структура ВВП: сельское хозяйство (12,5%), промышленность (40,2%), сфера услуг (42,9%), чистые налоги (4,4%)

Структура занятости: сельское хозяйство (28,8%), промышленность (22,1%), сфера услуг (49,1%)

Объем экспорта продукции АПК (2024 г.): 49,4 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: масло пальмовое, маргарин, какао-масло, какао-жир, кофе, масло пальмоядровое и масло бабассу

Объем импорта продукции АПК (2024 г.): 28,4 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: пшеница, сахар свекловичный и тростниковый, рис, жмых и шрот соевые, соевые бобы

Источник: ITC Trade Map, Всемирный банк, МВФ, ООН, ЮНКТАД



Экономическое положение страны

Индонезия на протяжении нескольких десятилетий демонстрирует стабильно высокие темпы роста ВВП, благодаря чему республике удалось достичь значимых успехов в социально-экономической сфере, заметно увеличив уровень благосостояния граждан. В результате в 2019 г. Индонезия впервые вошла в число стран с доходами выше среднего уровня, согласно классификации Всемирного банка. Несмотря на временное исключение из данной группы в 2020–2021 гг. вследствие негативного влияния на экономику пандемии COVID-19, быстрое восстановление производства в 2022–2023 гг. позволило стране вновь достичь уровня ВНД на душу населения, необходимого для возвращения в данную категорию. По состоянию на 2023 г. ВНД на душу населения Индонезии, рассчитанный по методу Атласа, составлял 4,8 тыс. долл. США. Помимо этого, в республике стабильно уменьшается доля граждан, проживающих за чертой бедности. В 2023 г. менее чем на 3,65 долл. США в день (граница бедности, установленная для стран с доходами ниже среднего уровня) проживало порядка 17,5% жителей Индонезии. Для сравнения, в начале XXI в. показатель составлял порядка 80%. Сегодня ВНД на душу населения Индонезии находится на уровне нижней границы группы стран с доходами выше среднего, и доля граждан, проживающих за чертой бедности, установленной для указанных государств (менее чем на 6,85 долл. США в день), по-прежнему остается высокой — 61,8% по состоянию на 2023 г.

Ключевой проблемой экономики Индонезии является ее зависимость от ценовой конъюнктуры на мировом рынке сырьевых товаров, составляющих основу слабо диверсифицированной структуры экспорта страны. Снижение стоимости ключевых экспортных позиций в 2023 г. привело к сокращению поставок за рубеж в денежном выражении, что, в свою очередь, негативно повлияло на динамику роста реального ВВП республики. Более того, концентрация рабочей силы в низкопродуктивном сырьевом секторе обуславливает социальную уязвимость значительной части работающего населения, особенно в период масштабных кризисов. Так, вследствие пандемии в Индонезии заметно вырос уровень социально-экономического неравенства: значение коэффициента Джини увеличилось с 0,353 в 2020 г. до 0,361 в 2023 г.

Тем не менее стране удалось избежать существенного снижения темпов роста реального ВВП в 2023 г. относительно 2022 г. благодаря высокому уровню внутреннего спроса. По итогам года показатель составил 5,0% (в 2022 г. — 5,3%). Согласно оценкам МВФ, в 2024 г. страна сохранила темпы роста реального ВВП на уровне 5,0%. Ожидается, что стабильное макроэкономическое положение позволит Индонезии и далее улучшать благосостояние граждан. В частности, Всемирный банк прогнозирует, что при сохранении текущих темпов роста ВВП доля населения, проживающего за чертой бедности, установленной для стран с доходами ниже среднего уровня, продолжит снижаться и к 2026 г. составит 12,7%.

Ожидается, что в среднесрочной перспективе экономика Индонезии будет расти на уровне 5,1% в год в первую очередь за счет высокой потребительской активности и внутреннего спроса, дополнительный импульс которым будет придан за счет проводимых правительством реформ. Одной из ключевых целей, поставленных руководством республики, является вхождение Индонезии в число стран с высоким уровнем дохода, согласно классификации Всемирного банка, к 2045 г. Важную роль в ее реализации будут играть проводимые в настоящее время структурные преобразования, направленные на достижение роста реального ВВП на уровне 8% к 2028 г., поскольку, согласно оценкам, именно такие темпы роста являются необходимым условием для достижения показателя ВНД на душу населения, требуемого для стран с высоким уровнем доходов.



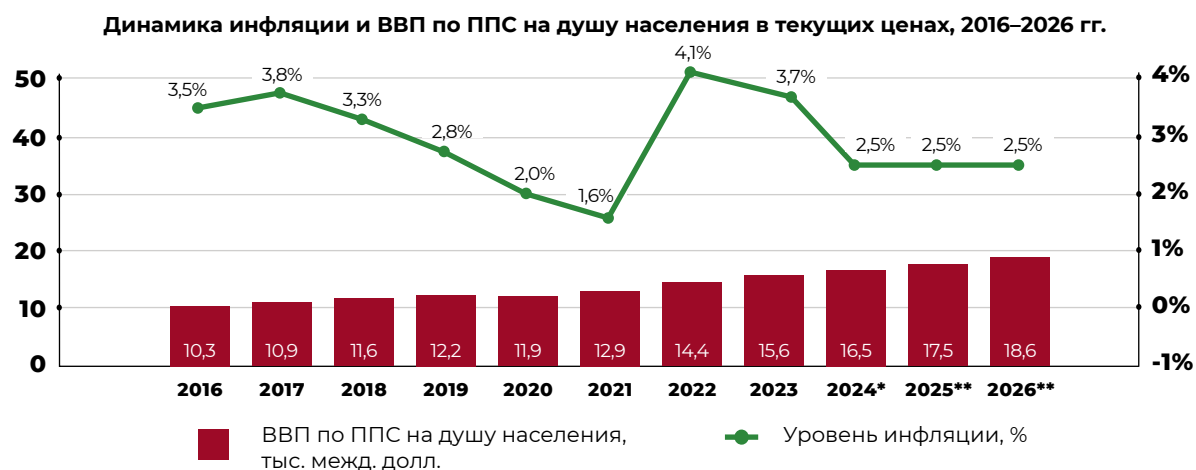


Источник: МВФ

Примечание. *Оценка, **прогноз, данные МВФ по состоянию на 17.01.2025 г.

Уровень инфляции в Индонезии постепенно снижается после достижения пикового значения в 2022 г., когда рост цен по итогам года составил 4,1%. Уменьшению инфляционного давления способствовали действия Банка Индонезии, который с августа 2022 г. по апрель 2024 г. повысил ключевую ставку суммарно на 275 б.п. до 6,25%. Помимо геополитических факторов, способствовавших росту инфляции во всем мире, на данный показатель в Индонезии также влияли неблагоприятные погодные условия, следствием которых являлось сокращение объемов производимой аграрной продукции, ускорившее рост цен на продовольственные товары. Проводимая регулятором жесткая денежно-кредитная политика позволила сдержать дальнейшее увеличение значения показателя: по итогам 2023 г. инфляция снизилась до 3,7%, и в 2024 г., согласно оценкам, составила 2,5%. Стабилизация роста цен на уровне, соответствующем целевому диапазону инфляции, установленному Банком Индонезии в размере 2,5±1%, сделала возможным начало процесса смягчения проводимой регулятором денежно-кредитной политики. С августа 2024 г. по январь 2025 г. ключевая ставка снижена суммарно на 50 б.п. до 5,75%. Ожидается, что сохранение инфляции в указанном диапазоне позволит Банку Индонезии проводить более мягкую денежно-кредитную политику в среднесрочной перспективе.

Несмотря на позитивные прогнозы, в стране сохраняются проинфляционные факторы, связанные в первую очередь с волатильностью цен на основные экспортные позиции Индонезии. Наблюдаемый в стране высокий внутренний спрос, помимо позитивного влияния на темпы роста экономики, при определенных условиях также способствует росту цен. Однако в целом инфляционные ожидания в Индонезии остаются умеренными.



Источник: МВФ

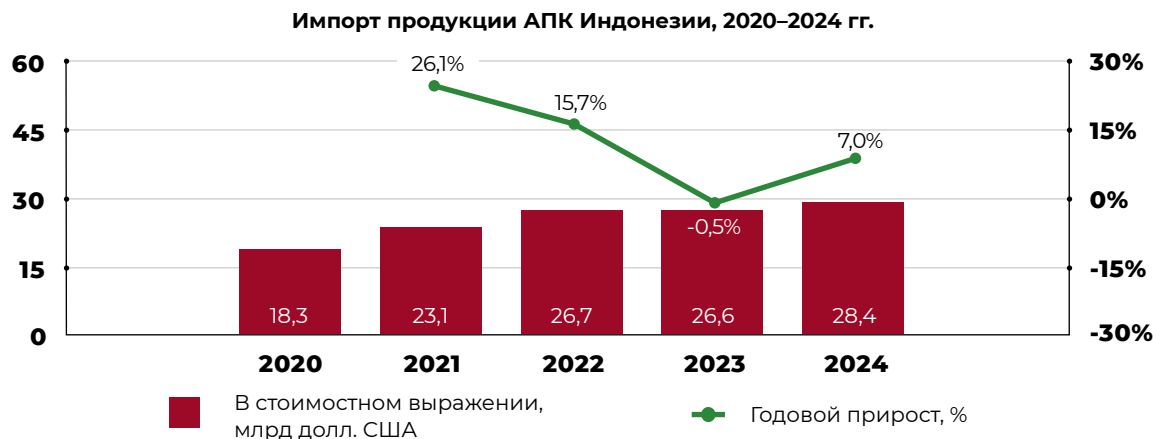
Примечание. *Оценка, **прогноз, данные МВФ по состоянию на 17.01.2025 г.



Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2024 г. импорт продукции АПК Индонезии достиг исторически рекордного уровня и составил 28,4 млрд долл. США, что на 7,0% или 1,9 млрд долл. США больше значения 2023 г. и на 55,3% (10,1 млрд долл. США) выше, чем в 2020 г. В целом в 2020–2024 гг. объем импорта страной продукции АПК в стоимостном выражении увеличивался в среднем на 11,6% ежегодно.



Источник: ITC Trade Map

Наиболее востребованными на рынке Индонезии импортными продуктами АПК в 2024 г. являлись пшеница (12,8% всего объема импорта сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении или 3,6 млрд долл. США), сахар свекловичный и тростниковый (10,7% или 3,0 млрд долл. США), рис (9,5% или 2,7 млрд долл. США). В топ-5 импортируемых страной продуктов АПК по итогам года также вошли жмых и шрот соевые (9,0% или около 2,6 млрд долл. США) и соевые бобы (4,9% или более 1,4 млрд долл. США). Суммарно на 10 основных товарных позиций в 2024 г. пришлось 62,3% общего объема импорта сельскохозяйственных товаров Индонезии в стоимостном выражении.

Относительно предыдущего года наибольший прирост в 2024 г. наблюдался в импорте страной риса (+51,5% или +921,2 млн долл. США), какао-бобов (+49,7% или +364,3 млн долл. США) и табачного сырья (+44,0% или +267,6 млн долл. США). При этом отмечалось значительное сокращение закупок жмыха и шрота соевого (-15,0% или -451,9 млн долл. США), говядины и пищевых субпродуктов КРС (-10,4% или -92,2 млн долл. США), а также сухого молока (-7,2% или -62,6 млн долл. США).

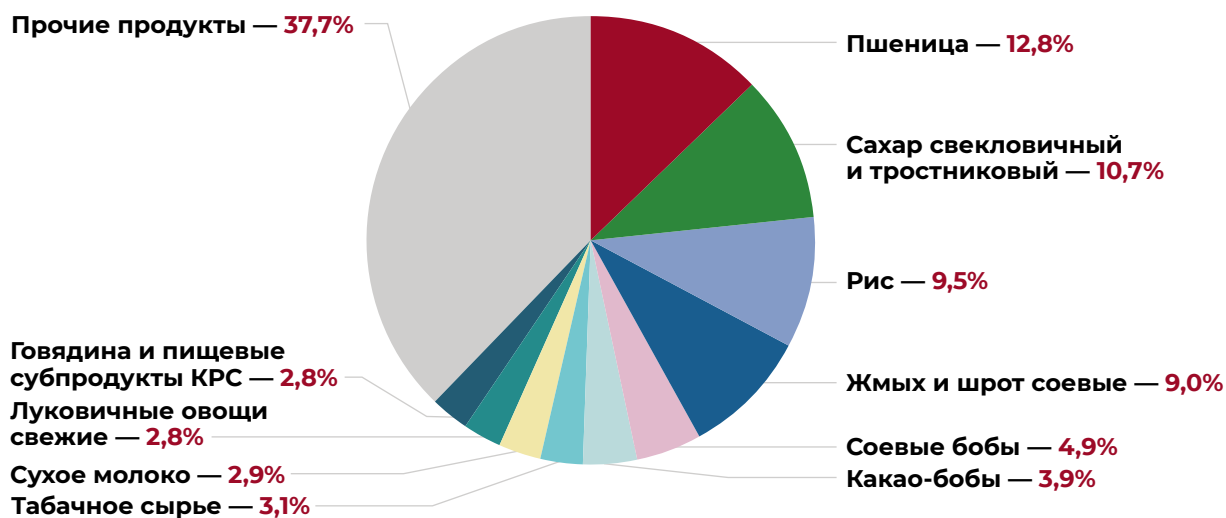


Структура импорта продукции АПК Индонезии в стоимостном выражении, 2023–2024 гг., млрд долл. США

№	Наименование	2023	2024	Прирост в 2024 к 2023	
				млн долл. США	%
1	Пшеница	3,8	3,6	-123,8	-3,3
2	Сахар свекловичный и тростниковый	2,9	3,0	147,8	5,1
3	Рис	1,8	2,7	921,2	51,5
4	Жмых и шрот соевые	3,0	2,6	-451,9	-15,0
5	Соевые бобы	1,5	1,4	-72,1	-4,9
6	Какао-бобы	0,7	1,1	364,3	49,7
7	Табачное сырье	0,6	0,9	267,6	44,0
8	Сухое молоко	0,9	0,8	-62,6	-7,2
9	Луковичные овощи свежие	0,7	0,8	55,0	7,4
10	Говядина и пищевые субпродукты КРС	0,9	0,8	-92,2	-10,4
	Прочие продукты	9,8	10,7	897,7	9,2
	Итого	26,6	28,4	1 851,0	7,0

Источник: ITC Trade Map

Структура импорта продукции АПК Индонезии в стоимостном выражении, 2024 г., %



Источник: ITC Trade Map

Крупнейшими экспортерами продукции АПК в Индонезию в 2024 г. являлись Бразилия (15,1% импорта продукции АПК страны в стоимостном выражении), Китай (12,5%) и Австралия (10,3%). Совокупно на топ-10 стран-поставщиков по итогам года пришлось 75,2% импорта продукции АПК республики в стоимостном выражении.

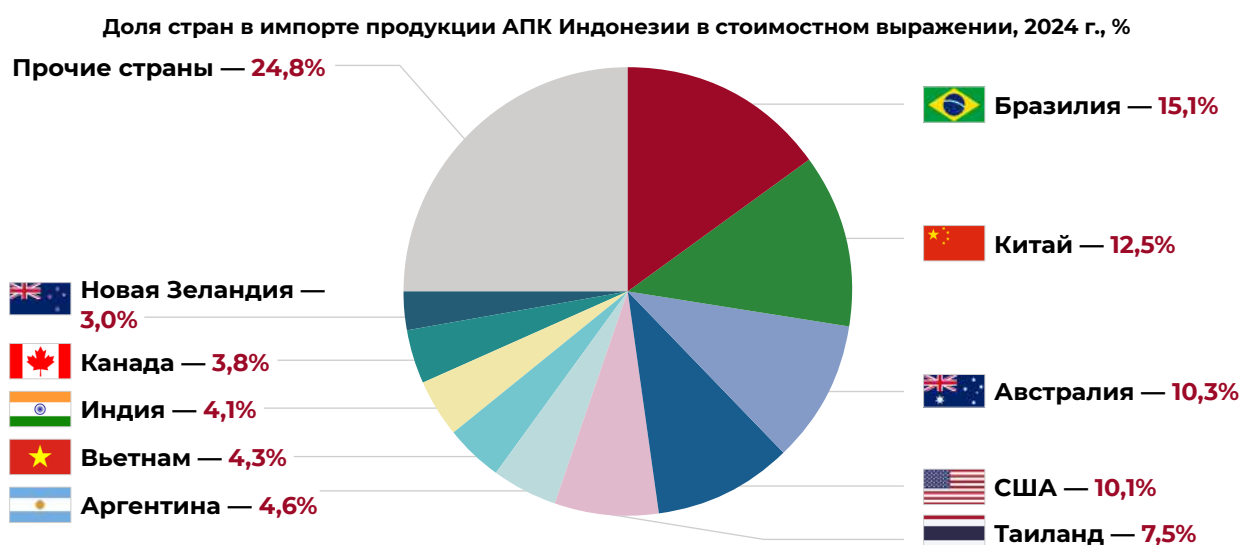


За 2024 г. Индонезия наиболее заметно нарастила закупки сельскохозяйственных товаров из Бразилии (+18,5% или +671,8 млн долл. США), Китая (+12,9% или +405,9 млн долл. США) и Вьетнама (+26,6% или +253,8 млн долл. США). Вместе с тем по итогам года существенно сократились поставки из Таиланда (-17,7% или -455,6 млн долл. США), Австралии (-8,7% или -280,9 млн долл. США) и Индии (-10,7% или -138,5 млн долл. США).

Основные страны-экспортеры продукции АПК в Индонезию в стоимостном выражении, 2020–2024 гг., млрд долл. США

№	Страна	2020	2021	2022	2023	2024
1	Бразилия	1,7	1,8	3,0	3,6	4,3
2	Китай	2,5	2,8	3,1	3,1	3,5
3	Австралия	1,8	3,5	3,5	3,2	2,9
4	США	2,7	3,0	3,3	2,9	2,9
5	Таиланд	1,2	1,1	2,0	2,6	2,1
6	Аргентина	1,7	2,0	2,3	1,3	1,3
7	Вьетнам	0,2	0,2	0,2	1,0	1,2
8	Индия	1,0	2,1	2,4	1,3	1,2
9	Канада	0,8	0,8	0,9	1,2	1,1
10	Новая Зеландия	0,6	0,7	1,1	0,9	0,8
	Прочие страны	4,2	5,2	4,9	5,5	7,0
	Итого	18,3	23,1	26,7	26,6	28,4

Источник: ITC Trade Map

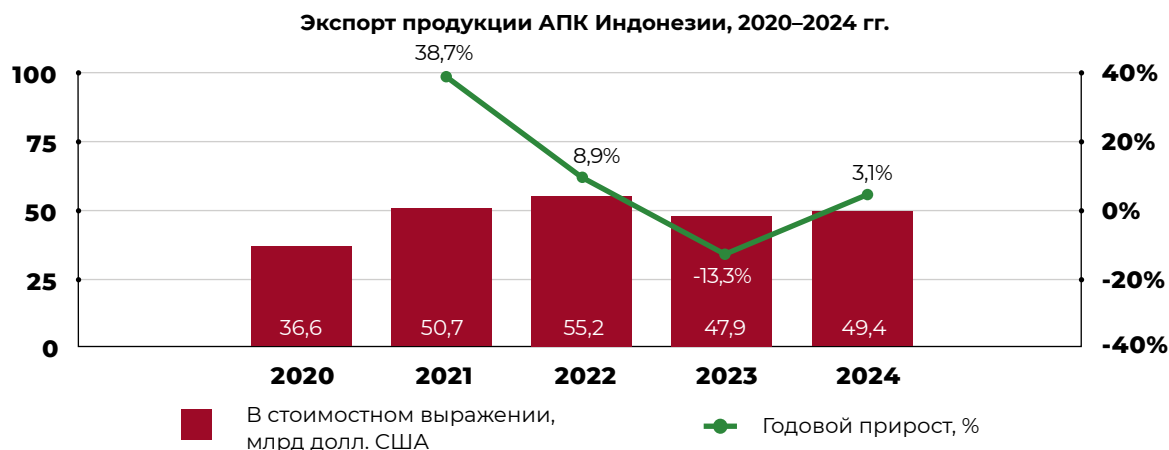


Источник: ITC Trade Map



Экспорт продукции АПК

Экспорт продукции АПК Индонезии в 2024 г. составил 49,4 млрд долл. США, что на 3,1% или 1,5 млрд долл. США выше уровня 2023 г. и на 35,1% (12,8 млрд долл. США) больше, чем в 2020 г. В целом в 2020–2024 гг. индонезийский экспорт сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении увеличивался в среднем на 7,8% ежегодно.



Источник: ITC Trade Map

Основным экспортным продуктом АПК Индонезии является масло пальмовое — на него в 2024 г. пришлось 40,5% поставок страны в стоимостном выражении или 20,0 млрд долл. США. Также по итогам года республика экспортировала значительные объемы маргарина (3,9% или 1,9 млрд долл. США), какао-масла и какао-жира (3,4% или 1,7 млрд долл. США). Всего в 2024 г. на 10 наиболее востребованных на мировом рынке видов сельскохозяйственных товаров Индонезии пришлось 67,3% национального экспорта аграрной продукции.

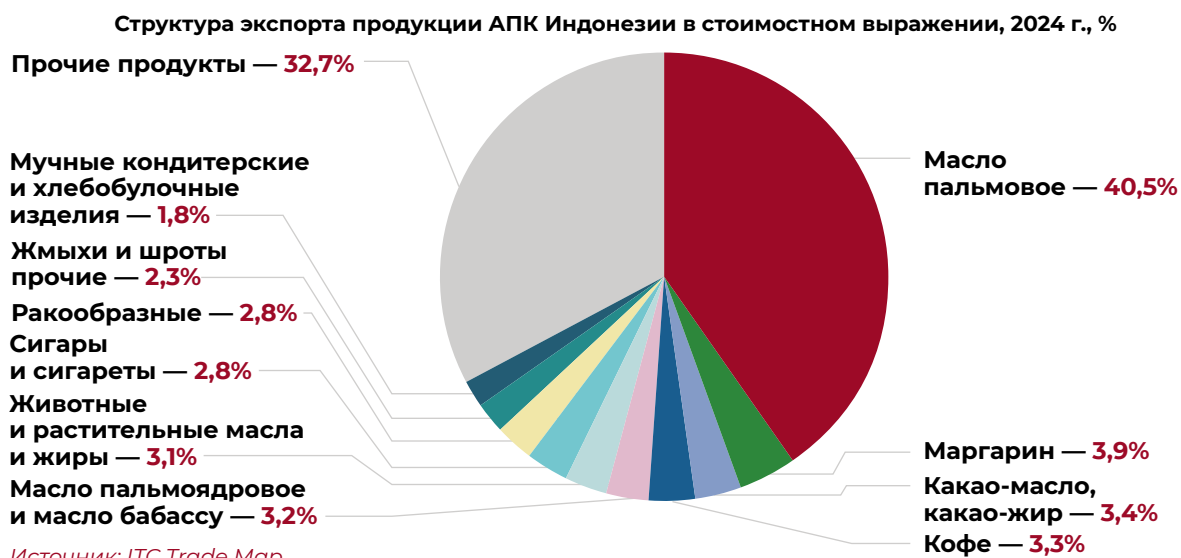
Наиболее заметно в стоимостном выражении за 2024 г. увеличился индонезийский экспорт какао-масла и какао-жира (в 2,7 раза или +1,1 млрд долл. США), кофе (+76,3% или +709,0 млн долл. США), а также сигар и сигарет (+24,1% или +273,2 млн долл. США). Одновременно наблюдалось значительное сокращение экспорта страной жмыхов и шротов прочих (-16,6% или -222,8 млн долл. США) и масла пальмового (-11,8% или -2,7 млрд долл. США).



Структура экспорта продукции АПК Индонезии в стоимостном выражении, 2023–2024 гг., млрд долл. США

№	Наименование	2022	2023	Прирост в 2023 к 2022	
				млн долл. США	%
1	Масло пальмовое	22,7	20,0	-2 672,8	-11,8
2	Маргарин	1,8	1,9	175,2	9,9
3	Какао-масло, какао-жир	0,6	1,7	1 055,0	в 2,7 раза
4	Кофе	0,9	1,6	709,0	76,3
5	Масло пальмоядровое и масло бабассу	1,3	1,6	256,0	19,3
6	Животные и растительные масла и жиры (гидрогенизированные, пере-, ретерифицированные или элаидинизированные, но не подвергнутые дальнейшей обработке)	1,3	1,5	259,7	20,6
7	Сигары и сигареты	1,1	1,4	273,2	24,1
8	Ракообразные	1,3	1,4	88,3	6,8
9	Жмыхи и шроты прочие	1,3	1,1	-222,8	-16,6
10	Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	0,9	0,9	19,7	2,2
	Прочие продукты	14,6	16,2	1 529,4	10,4
	Итого	47,9	49,4	1 469,7	3,1

Источник: ITC Trade Map



Крупнейшей страной-импортером продукции АПК Индонезии является Китай, на который в 2024 г. пришлось 17,4% экспорта страны в стоимостном выражении. В тройку ведущих покупателей индонезийских сельскохозяйственных товаров по итогам года также вошли США (10,6%) и Индия (9,8%). Суммарно 10 основных стран-импортеров в 2024 г. обеспечили 64,7% экспорта продукции АПК Индонезии.



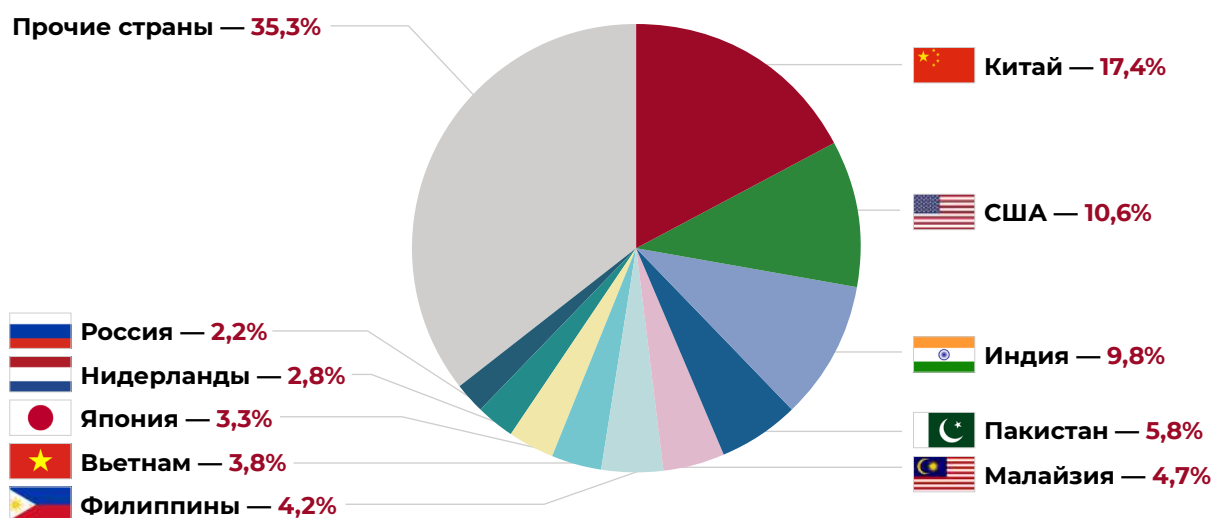
Наибольший прирост объемов закупок сельскохозяйственных товаров Индонезии в 2024 г. продемонстрировали Пакистан (+27,7% или +626,6 млн долл. США), Вьетнам (+27,3% или +406,6 млн долл. США) и Россия (+51,4% или +367,4 млн долл. США). При этом за год существенно сократился экспорт продукции индонезийского АПК в Китай (-12,8% или -1,3 млрд долл. США).

Основные страны-импортеры продукции АПК из Индонезии в стоимостном выражении, 2020–2024 гг., млрд долл. США

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	Китай	5,7	9,2	9,8	9,8	8,6
2	США	4,0	5,6	6,0	5,0	5,2
3	Индия	3,5	3,9	5,9	5,0	4,9
4	Пакистан	1,7	2,9	3,2	2,3	2,9
5	Малайзия	2,0	2,8	3,5	2,3	2,3
6	Филиппины	1,3	1,8	1,9	1,9	2,1
7	Вьетнам	1,1	1,6	2,0	1,5	1,9
8	Япония	1,4	1,5	1,7	1,6	1,6
9	Нидерланды	1,2	1,4	1,6	1,1	1,4
10	Россия	0,7	1,0	1,1	0,7	1,1
	Прочие страны	14,1	19,0	18,6	16,7	17,4
	Итого	36,6	50,7	55,2	47,9	49,4

Источник: ITC Trade Map

Доля стран в экспорте продукции АПК Индонезии в стоимостном выражении, 2024 г., %

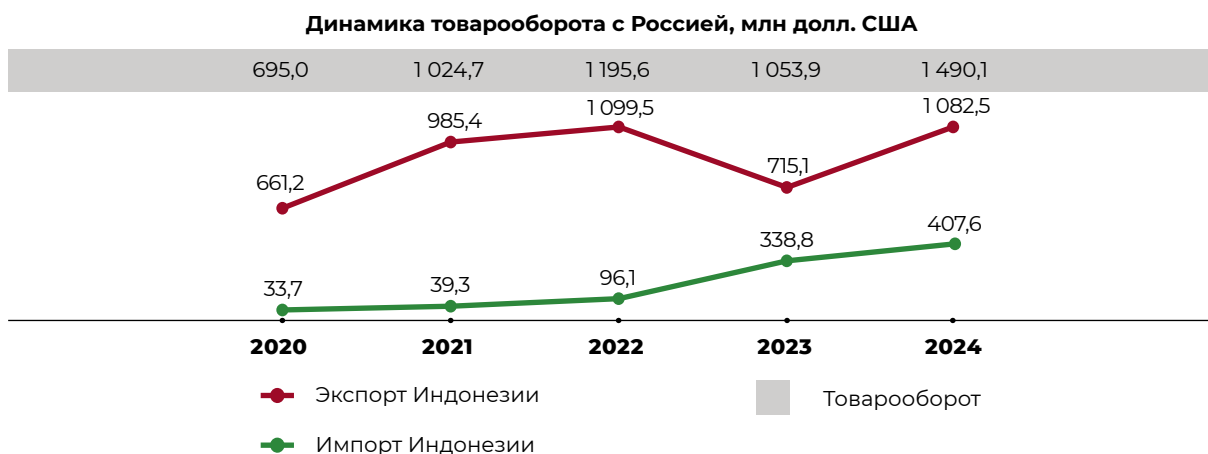


Источник: ITC Trade Map



Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Индонезией

В 2024 г. объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Индонезией увеличился на 41,4% по сравнению с уровнем 2023 г. и составил около 1,5 млрд долл. США. Индонезийский импорт из России за год вырос на 20,3% до 407,6 млн долл. США, экспорт — на 51,4% до почти 1,1 млрд долл. США. Импорт Индонезии из России в 2023 г. составил 27,4% товарооборота продукции АПК между двумя странами.



Источник: ITC Trade Map



В 2024 г. Индонезия поставила в Россию 795,5 тыс. тонн сельскохозяйственных товаров на сумму около 1,1 млрд долл. США, на долю России пришлось 2,2% всего экспорта продукции АПК страны. Основными товарными позициями в структуре индонезийского экспорта в стоимостном выражении в 2024 г. являлись масло пальмовое (49,7%), масло пальмоядровое и масло бабассу (11,7%), кофе (9,7%), какао-масло, какао-жир (8,5%), а также какао-порошок (4,4%).

Увеличение объема экспорта Индонезии в Россию на 51,4% в стоимостном выражении в 2024 г. обусловлено преимущественно наращиванием поставок масла пальмового (+21,0% относительно 2023 г.), кофе (в 6 раз), а также какао-масла и какао-жира (в 8,4 раза).

Индонезийский экспорт, 2023–2024 гг.

№	Наименование	2023		2024		Прирост в 2024 к 2023			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Масло пальмовое	510,1	444,6	570,3	538,2	60,2	11,8	93,6	21,0
2	Масло пальмоядровое и масло бабассу	80,1	88,3	94,5	126,9	14,4	18,0	38,6	43,8
3	Кофе	7,4	17,4	21,2	104,7	13,8	в 2,8 раза	87,3	в 6 раз
4	Какао-масло, какао-жир	2,2	10,9	7,0	91,9	4,8	в 3,1 раза	81,0	в 8,4 раза
5	Какао-порошок	6,4	17,0	10,6	48,0	4,2	65,3	31,0	в 2,8 раза
6	Масло кокосовое (копровое)	23,9	28,9	28,0	40,6	4,2	17,4	11,7	40,3
7	Маргарин	11,9	19,4	18,6	23,7	6,7	56,0	4,3	22,0
8	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	4,5	15,0	6,5	18,5	2,0	44,5	3,5	23,4
9	Орехи кокосовые	7,9	10,6	9,5	17,5	1,6	20,3	6,8	64,4
10	Ракообразные	1,2	9,0	1,6	12,3	0,5	41,7	3,3	36,7
	Прочие продукты	25,4	53,9	27,6	60,2	2,2	8,5	6,3	11,6
	Итого	681,1	715,1	795,5	1 082,5	114,4	16,8	367,4	51,4

Источник: ITC Trade Map



В 2024 г. в Индонезию ввезено около 1,4 млн тонн российских сельскохозяйственных товаров на сумму 407,6 млн долл. США, и по итогам года на Россию пришлось 1,4% импорта продукции АПК Индонезии. Основными товарными позициями в стоимостной структуре индонезийского импорта из России в 2024 г. являлись пшеница (92,3%), семена кориандра (2,6%) и рыба мороженная (2,2%).

Увеличение импорта Индонезии из России на 20,3% в стоимостном выражении в 2024 г. обеспечено преимущественно за счет закупок пшеницы (+37,0% относительно 2023 г.). При этом также наблюдалось уменьшение индонезийского импорта российской рыбы мороженной (-69,5%), проса (-69,6%) и ракообразных (-46,9%).

Индонезийский импорт, 2023–2024 гг.

№	Наименование	2023		2024		Прирост в 2024 к 2023			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Пшеница	964,0	274,8	1 351,7	376,4	387,7	40,2	101,6	37,0
2	Семена кориандра	16,8	12,2	16,3	10,8	-0,5	-2,8	-1,4	-11,8
3	Рыба мороженная	8,5	29,3	2,3	9,0	-6,2	-73,1	-20,4	-69,5
4	Ракообразные	1,5	11,0	0,5	5,9	-1,0	-67,0	-5,2	-46,9
5	Просо	21,7	10,6	9,8	3,2	-11,9	-54,8	-7,4	-69,6
6	Филе рыбы и прочее мясо рыбы	0,01	0,05	0,2	1,8	0,2	в 21,1 раза	1,7	в 39,6 раза
7	Семена канареечника	0,1	0,1	0,2	0,2	0,1	в 2,3 раза	0,1	в 2,5 раза
8	Табак курительный	0,03	0,4	0,01	0,1	-0,02	-80,0	-0,3	-75,7
9	Прочие млекопитающие	0,002	0,1	0,002	0,1	-	-	-0,01	-11,5
10	Фасоль	-	-	0,1	0,1	0,1	-	0,1	-
	Прочие продукты	0,2	0,1	0,1	0,2	-0,04	-26,7	0,1	40,9
	Итого	1 012,8	338,8	1 381,3	407,6	368,5	36,4	68,8	20,3

Источник: ITC Trade Map



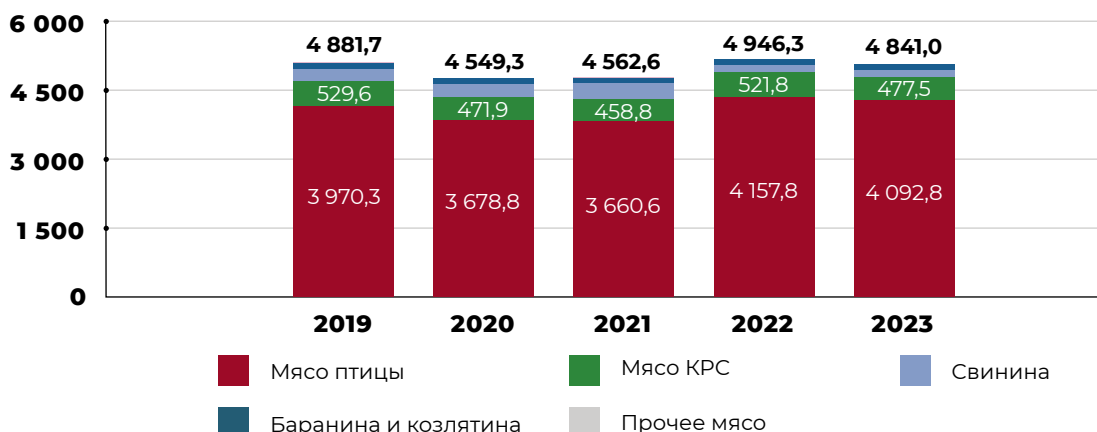
Обзор рынка мяса КРС в Индонезии

В структуре производства мяса в Индонезии преобладает востребованное среди местных потребителей мясо птицы. Птицеводство считается одной из наиболее развитых отраслей национального АПК. Поголовье кур, уток и других видов птиц в стране оценивается в 3,8 млрд голов, ежегодный объем производства мяса птицы в последние годы стабильно превышает 4 млн тонн. Республика полностью обеспечивает себя данным видом мяса и постепенно наращивает его экспорт. Разведение крупного рогатого скота, в свою очередь, остается в Индонезии развивающимся сегментом: страна активно импортирует живой скот на убой, а также свежее и замороженное мясо КРС, поскольку собственного поголовья и мощностей по убою скота в настоящее время недостаточно для удовлетворения существующего потребительского спроса.

Производство мяса в Индонезии в 2023 г. составило 4,8 млн тонн, что на 2,1% меньше, чем в предыдущем году. На мясо птицы по итогам года пришлось 84,5% всего произведенного в стране мяса (4,1 млн тонн). Доля мяса КРС (преимущественно говядины) в общей структуре составила 9,9% (477,5 тыс. тонн), свинины — 3,2% (154,4 тыс. тонн), баранины и козлятины — 2,4% (114,3 тыс. тонн). Прочие виды мяса, такие как конина или зайчатина, в Индонезии производятся в незначительных объемах.

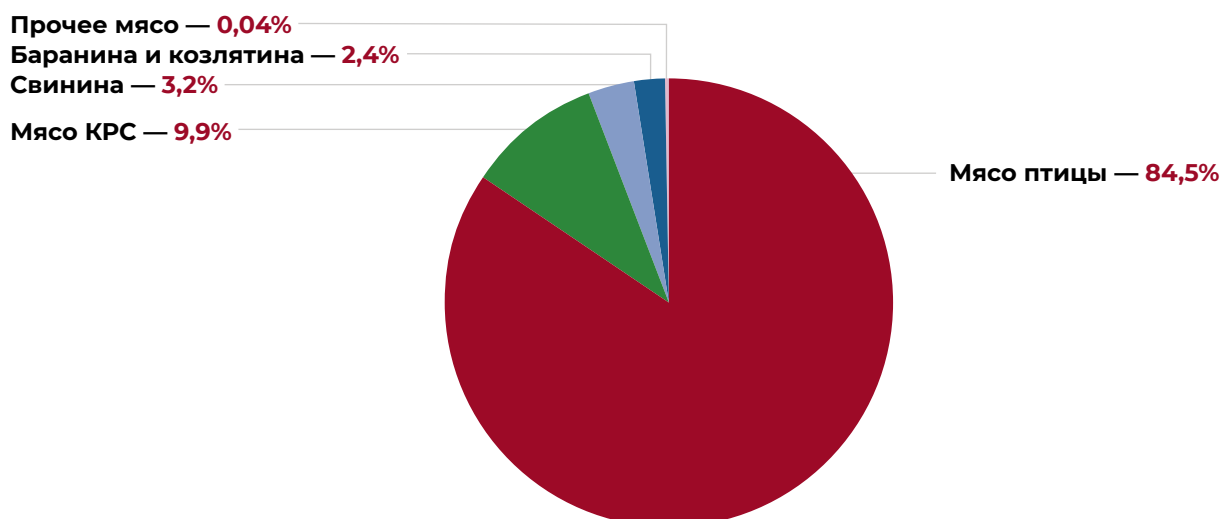


Производство мяса в Индонезии по видам в натуральном выражении, 2019–2023 гг., тыс. тонн



Источник: Badan Pusat Statistik, FAOSTAT

Структура производства мяса в Индонезии по видам в натуральном выражении, 2023 г., %



Источник: Badan Pusat Statistik, FAOSTAT

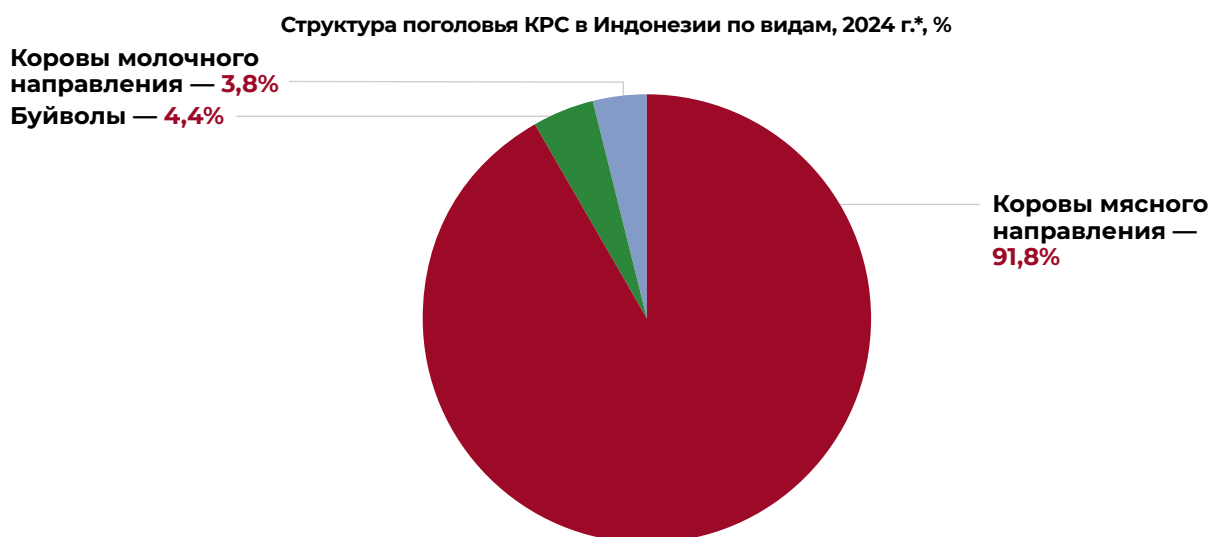
За 2019–2024 гг. поголовье КРС в Индонезии уменьшилось с 18,6 млн до 12,8 млн голов. Наиболее значительное сокращение зафиксировано среди коров мясного направления: в 2023 г. их численность снизилась на 37,2% (на 6,4 млн голов) относительно 2022 г. и составила 10,8 млн голов. Основными причинами сокращения поголовья КРС в стране явились вспышки ящура и нодулярного дерматита, а также насыщение рынка более дешевым буйволиным мясом из Индии. К концу 2024 г. отрасль начала постепенно восстанавливаться, и по итогам года поголовье КРС увеличилось до 12,8 млн голов, что выше уровня 2023 г. на 8,9%, однако все еще на треть меньше пикового значения 2021 г.

В структуре поголовья КРС в Индонезии преобладают коровы мясного направления: в 2024 г. их доля достигла 91,8% (11,7 млн голов). На буйволов по итогам года пришлось 4,4% (0,6 млн голов), на коров молочного направления — 3,8% (0,5 млн голов).



Источник: Badan Pusat Statistik

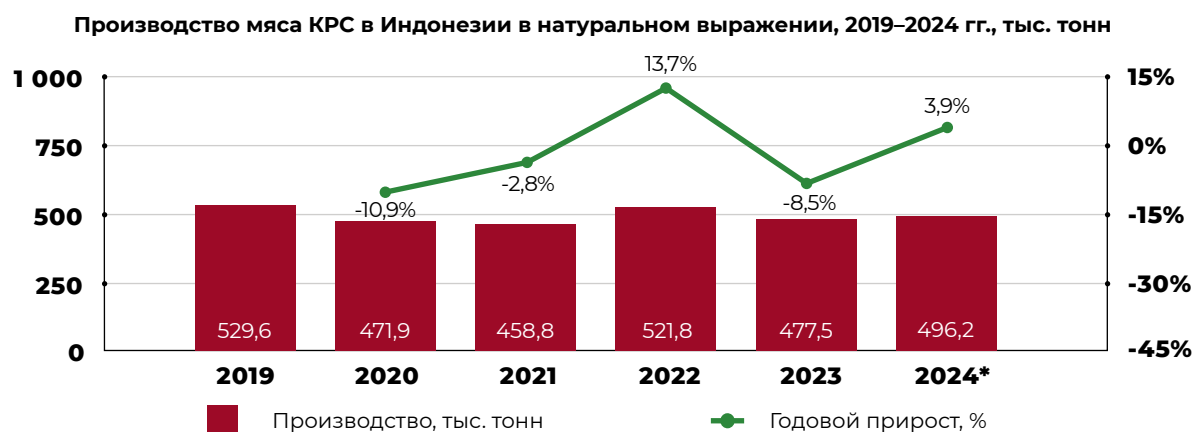
Примечание. *Оценка.



Источник: Badan Pusat Statistik

Примечание. *Оценка.

Производство мяса КРС в Индонезии в последние годы демонстрирует разнонаправленную динамику. В 2020–2021 гг. выпуск данной продукции сокращался на фоне кризиса, связанного с пандемией COVID-19, после чего в 2022 г. практически вернулся к рекордному уровню 2019 г., однако затем вновь уменьшился на 8,5% в 2023 г. из-за резкого сокращения поголовья скота (более существенного падения удалось избежать в основном за счет импорта живых животных). Согласно оценкам Центрального статистического управления Индонезии, в 2024 г. производство мяса КРС в стране составило 496,2 тыс. тонн, что на 3,9% больше значения 2023 г.

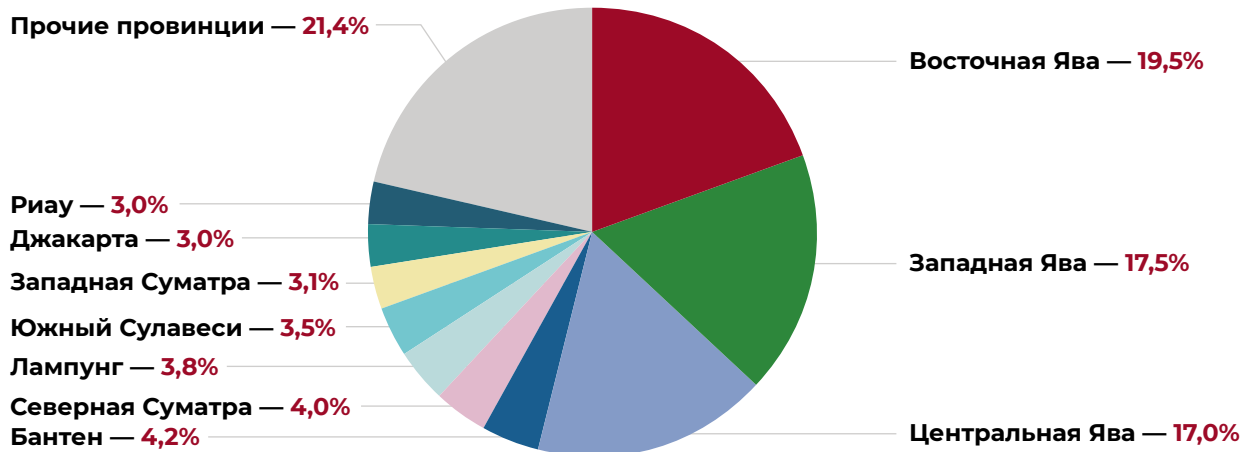


Источник: Badan Pusat Statistik

Примечание. *Оценка.

Производство мяса КРС в Индонезии сконцентрировано преимущественно на острове Ява — самом населенном в стране. Основной объем приходится на провинции Восточная Ява, Центральная Ява, Западная Ява, Бантен и Джакарта, которые в 2024 г. произвели более 61% всего индонезийского мяса КРС. Крупными центрами также являются расположенные на острове Суматра регионы Северная Суматра, Лампунг, Западная Суматра и Риау: их совокупная доля в 2024 г. составила 10,9%. Среди менее населенных и менее развитых в экономическом отношении северо-восточных регионов страны выделяется провинция Южный Сулавеси, в 2024 г. обеспечивавшая 3,5% национального производства мяса КРС.

Структура производства мяса КРС в Индонезии по провинциям в натуральном выражении, 2024 г., %



Источник: Badan Pusat Statistik

Мясо КРС является вторым по популярности видом мяса в Индонезии после мяса птицы. При этом по состоянию на 2024 г. почти треть совокупного спроса на данную продукцию в стране удовлетворяется за счет импорта, поскольку даже значительных по меркам региона объемов местного производства сегодня недостаточно для насыщения внутреннего рынка и тем более для экспорта. Основную долю импортного мяса КРС составляют австралийская говядина и более дешевая индийская буйволятина.

В 2024 г. объем потребления мяса КРС в стране составил 679,4 тыс. тонн, что на 1,8% меньше значения 2023 г. Рекордного уровня значение данного показателя достигло в 2022 г. (747,4 тыс. тонн) в результате влияния эффекта отложенного спроса после пандемийного спада. Однако сокращение поголовья коров и производства мяса КРС в 2023 г. привело к сокращению выпуска продукции, повышению ее цены и, как следствие, уменьшению потребления.

Баланс рынка мяса КРС Индонезии, 2019–2024 гг., тыс. тонн

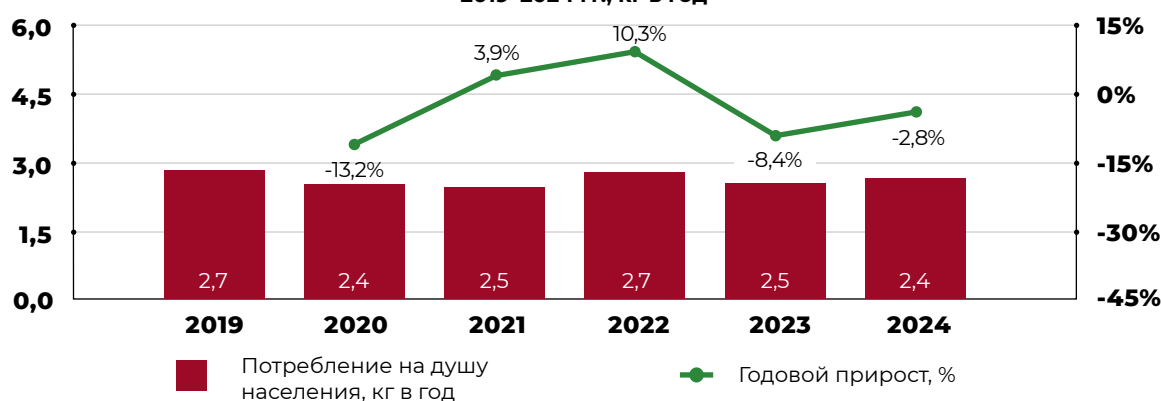


Источник: Badan Pusat Statistik, ITC Trade Map

Примечание. Без учета переходящих запасов и мясных субпродуктов.

Потребление мяса КРС на душу населения в Индонезии в 2024 г. составило 2,4 кг, что на 2,8% ниже уровня 2023 г. и заметно меньше, чем в соседних странах: во Вьетнаме этот показатель составляет около 5 кг на человека в год, в Малайзии — 7,5 кг.

Потребление мяса КРС на душу населения в Индонезии в натуральном выражении, 2019–2024 гг., кг в год



Источник: Badan Pusat Statistik, ITC Trade Map, МВФ

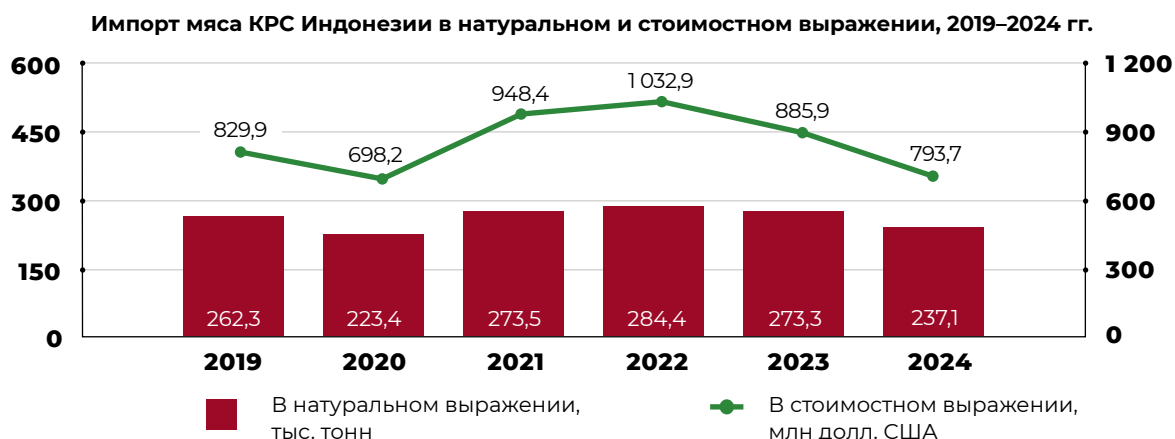
Примечание. *Оценка.

Крупнейшие компании на рынке мяса КРС Индонезии, 2024 г.

Название	Описание
Great Giant Foods 	Дочерняя компания индонезийского холдинга Gunung Sewu Group, основанная в 1973 г. Специализируется на производстве фруктов, соков, молочной продукции, мяса, а также разведении крупного рогатого скота. Компания управляет третьей по величине откормочной площадкой для КРС в Индонезии — Great Giant Livestock, расположенной в провинции Лампунг на острове Суматра. На работающем с 1987 г. предприятии содержатся как коровы местных пород, так и импортный живой скот из Австралии. Говядина Great Giant Foods реализуется на индонезийском рынке под брендом Bonanza Beef. Сайт: www.greatgiantfoods.com
Japfa Comfeed Indonesia 	Индонезийская агропромышленная компания, основанная в 1975 г. и входящая в состав международного холдинга Japfa Limited. Занимается производством кормов для сельскохозяйственных животных, разведением птицы, рыбы, креветок и крупного рогатого скота, а также переработкой мяса. Компании принадлежит две откормочные площадки, девять скотобоев и четыре завода по переработке мяса КРС, расположенных на островах Ява и Суматра. Говядина Japfa выпускается под брендами Santori Beef, Tokusen и Bifuteki, имеет сертификат «Халаль» и реализуется преимущественно через супермаркеты и предприятия сектора HoReCa. Сайт: www.japfacomfeed.co.id
Marhaba Frozen Foods 	Индийское экспортно ориентированное предприятие с головным офисом в г. Дели и заводом в штате Бихар, занимающееся в основном производством и поставками замороженного бескостного мяса буйвола (сертифицированного по стандарту «Халаль»). В ассортименте компании туши и субпродукты буйволятины, телятины и баранины, экспортируемые в более десятка стран Юго-Восточной Азии, Африки и Ближнего Востока. Сайт: www.marhabagroup.in
Nolan Meats 	Австралийский производитель и экспортер говядины, управляющий современным мясоперерабатывающим комплексом (мощностью более 1,1 тыс. голов КРС в день) и известный своими высокими стандартами качества и безопасности пищевых продуктов, а также использованием передовых технологий. Продукция компании под брендами Private Selection и Vale поставляется более чем в 50 стран. Сайт: www.nolan.com.au
Widodo Makmur Perkasa 	Индонезийская компания-производитель и переработчик мяса, работающая на рынке с 1995 г. Управляет 10 производственными объектами на территории Индонезии, преимущественно в западной части острова Ява. В ассортимент Widodo Makmur Perkasa входят говядина, мясо птицы, готовая мясная продукция, а также другие товары, включая рис, соевые бобы и корма для сельскохозяйственных животных. Мясную продукцию реализует под такими брендами, как Roya Jawa и WMeat.

Импорт мяса КРС Индонезии

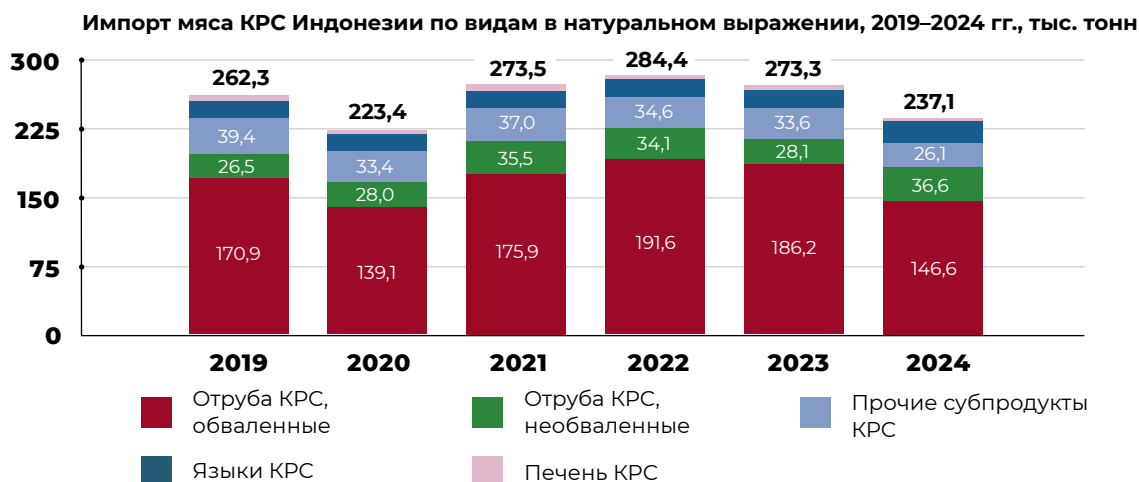
В 2024 г. объем импорта мяса КРС Индонезии составил 237,1 тыс. тонн на сумму 793,7 млн долл. США, что ниже уровня 2023 г. на 13,2% в натуральном выражении (-36,2 тыс. тонн) и на 10,4% в стоимостном (-92,2 млн долл. США). При этом в 2023 г. страна вошла в топ-20 мировых импортеров мяса КРС. В целом в 2019–2024 гг. объем закупок Индонезией мяса КРС ежегодно снижался в среднем на 2,0% в натуральном выражении и на 0,9% в стоимостном.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.

Основу импорта мяса КРС Индонезии составляют отруба КРС обваленные — в 2024 г. на них пришлось 61,8% закупок в натуральном выражении (146,6 тыс. тонн) и 77,3% в стоимостном (613,6 млн долл. США). Значительные объемы импорта по итогам года также пришлось на отруба КРС необваленные (15,4% и 9,3% соответственно), прочие субпродукты КРС (11,0% и 6,3%), языки КРС (10,2% и 6,5%). Импорт печени КРС составляет незначительную долю в структуре закупок всей товарной группы (1,5% и 0,5% в 2024 г.).

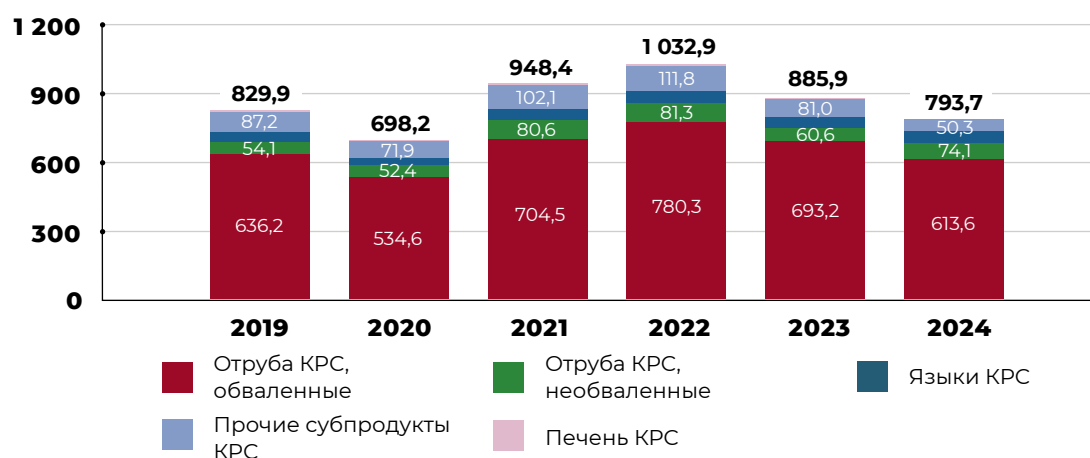


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.



Импорт мяса КРС Индонезии по видам в стоимостном выражении, 2019–2024 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.

Основным поставщиком мяса КРС в Индонезию является Австралия, на которую в 2024 г. пришлось 67,0% индонезийского импорта в натуральном выражении (158,8 тыс. тонн). Второе место по объему экспорта данной продукции в страну занимает Индия с долей 17,2% в общей структуре (40,9 тыс. тонн). Замыкают тройку ведущих поставщиков США, на них в 2024 г. пришлось 6,3% (14,9 тыс. тонн).

Наиболее заметно в 2024 г. Индонезия нарастила закупки мяса КРС из Австралии — на 17,3% относительно уровня 2023 г. (+23,4 тыс. тонн), и Бразилии — в 4,5 раза (+8,1 тыс. тонн). Одновременно с этим сократился импорт данной продукции из Индии (-60,3% или -62,2 тыс. тонн).

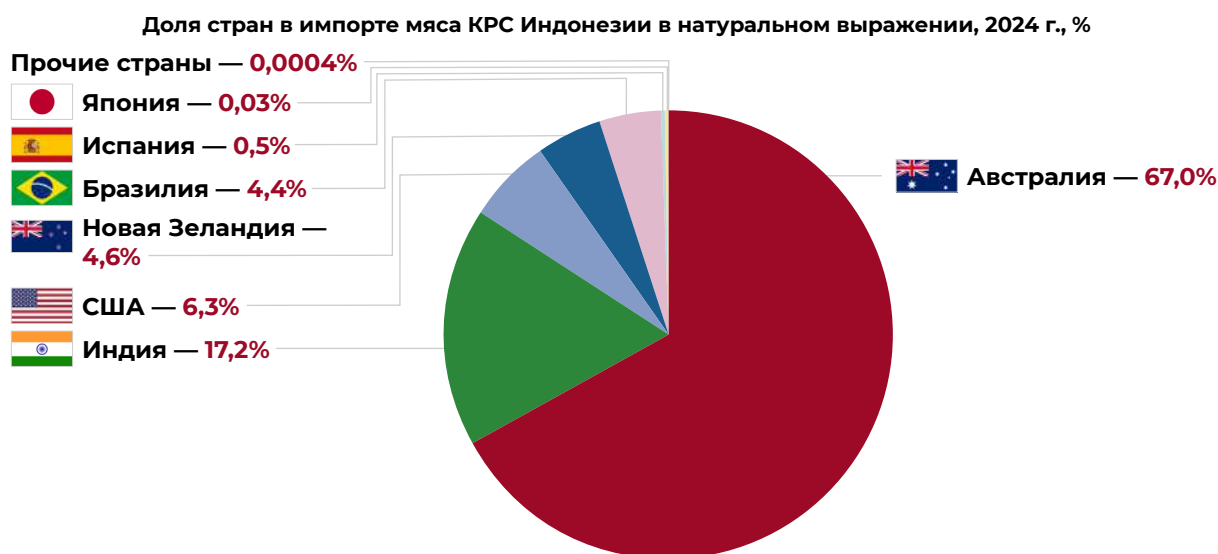


**Импорт мяса КРС Индонезии по странам-экспортерам в натуральном выражении,
2019–2024 гг., тыс. тонн**

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Австралия	122,7	105,2	122,9	118,3	135,4	158,8
2	Индия	94,0	76,4	85,0	105,8	103,1	40,9
3	США	22,9	19,5	26,0	20,7	17,7	14,9
4	Новая Зеландия	15,0	14,4	18,0	14,5	11,7	10,9
5	Бразилия	3,5	4,0	15,9	20,1	2,3	10,4
6	Испания	4,1	3,9	5,7	5,0	3,0	1,1
7	Япония	0,01	0,02	0,2	0,04	0,04	0,1
	Прочие страны	0,1	0,004	0,01	0,03	0,03	0,001
	Итого	262,3	223,4	273,5	284,4	273,3	237,1

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.

Основным экспортером мяса КРС в Индонезию в стоимостном выражении является Австралия, в 2024 г. поставившая продукции на сумму 482,6 млн долл. США (60,8% импорта). В число крупнейших экспортеров на рынок страны по итогам года также вошли Индия (17,1% или 135,6 млн долл. США) и США (11,3% или 89,5 млн долл. США).

В 2024 г. Индонезия нарастила закупки мяса КРС из Австралии на 12,4% (+53,2 млн долл. США), и Бразилии — в 3,7 раза (+34,7 млн долл. США) относительно уровня 2023 г. Одновременно с этим сократился объем импорта данной продукции из Индии (-57,7% или -185,3 млн долл. США).

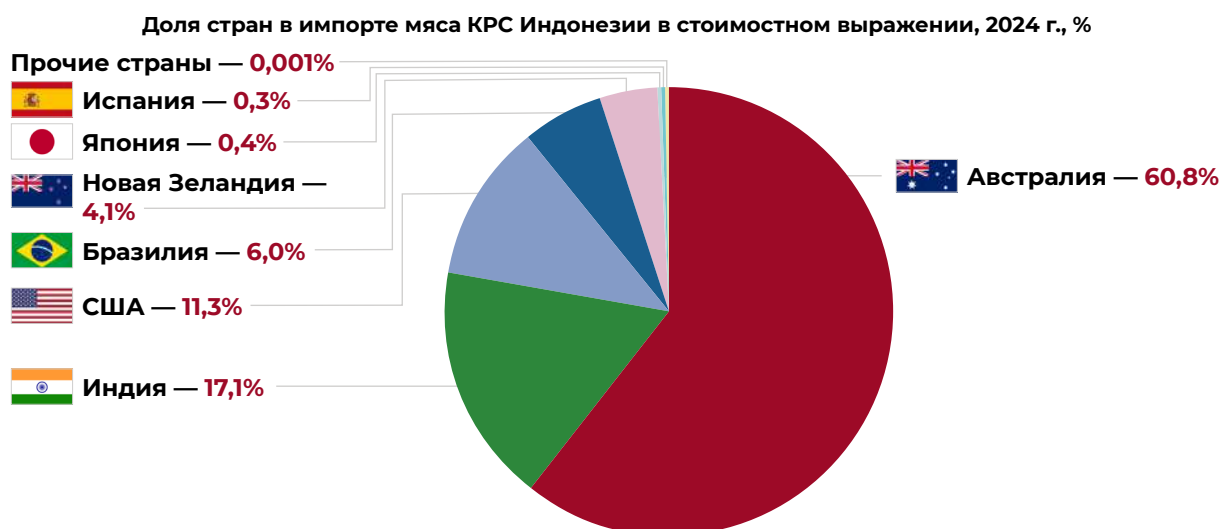


Импорт мяса КРС Индонезии по странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2019–2024 гг., млн долл. США

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Австралия	362,3	296,1	389,0	414,8	429,4	482,6
2	Индия	309,8	263,6	288,4	321,7	320,9	135,6
3	США	85,6	73,9	107,0	119,9	78,9	89,5
4	Бразилия	15,5	16,0	86,1	112,1	13,0	47,7
5	Новая Зеландия	41,6	34,1	55,7	48,3	35,0	32,8
6	Япония	0,7	1,1	2,7	2,1	1,8	3,1
7	Испания	13,8	13,4	19,3	13,9	6,8	2,3
	Прочие страны	0,4	0,04	0,1	0,2	0,1	0,01
	Итого	829,9	698,2	948,4	1 032,9	885,9	793,7

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.

В 2024 г. средняя импортная цена мяса КРС в Индонезии выросла на 3,3%, достигнув отметки в 3 348 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась из Японии по цене в 12 раз выше средней, что объясняется преобладанием в структуре японского экспорта премиальной мраморной говядины вагю. Также по относительно высоким ценам на индонезийский рынок поставляют говядину США (на 79,4% выше средней цены 2024 г.) и Бразилия (на 36,7% выше). Наиболее дешевую продукцию в 2024 г. Индонезия импортировала из Испании (на 34,9% ниже средней цены) и Новой Зеландии (на 10,2% ниже).

Средняя импортная цена мяса КРС по странам-экспортерам, 2019–2024 гг., долл. США / тонна

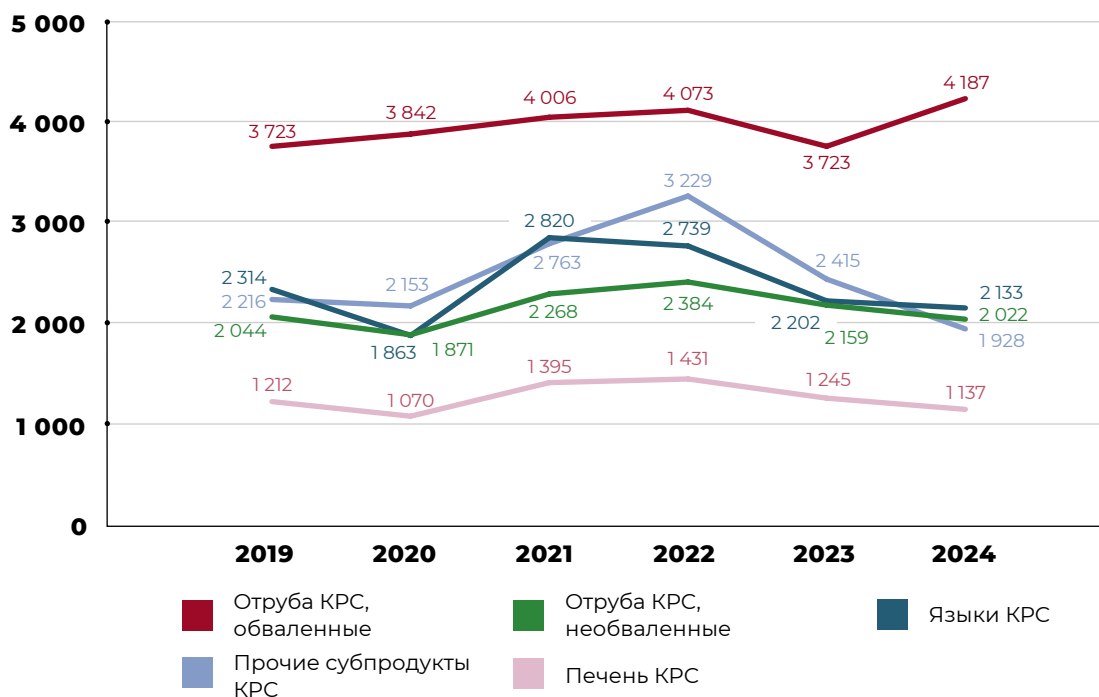
Страна	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Отклонение от средней цены, 2024 г., %
Средняя цена	3 164	3 125	3 467	3 632	3 242	3 348	–
Япония	55 538	72 533	13 718	59 171	43 214	40 244	в 12 раз
США	3 731	3 786	4 121	5 802	4 450	6 006	79,4
Бразилия	4 400	4 006	5 413	5 576	5 590	4 576	36,7
Индия	3 297	3 451	3 395	3 042	3 112	3 317	-0,9
Австралия	2 953	2 815	3 166	3 506	3 171	3 039	-9,2
Новая Зеландия	2 782	2 362	3 097	3 333	2 999	3 007	-10,2
Испания	3 419	3 409	3 420	2 771	2 300	2 181	-34,9

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.

Наиболее дорогим видом импортируемого в Индонезию мяса крупного рогатого скота являются обваленные отруба КРС — в 2024 г. тонна данной продукции подорожала на 12,4%, достигнув отметки в 4 187 долл. США. Самые низкие цены по итогам года отмечались на печень КРС — 1 137 долл. США за тонну. Относительно 2023 г. наиболее заметно снизилась средняя импортная цена прочих субпродуктов КРС — до 1 928 долл. США за тонну (-20,2%).

Средние импортные цены мяса КРС Индонезии по видам, 2019–2024 гг., долл. США / тонна



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.



Потенциал российского экспорта мяса КРС в Индонезию

Потенциал российских экспортных поставок мяса и субпродуктов КРС в Индонезию к 2030 г. оценивается на уровне 11–13 млн долл. США. Основными конкурентами российских поставщиков данной продукции на местном рынке являются Австралия, Индия и США — на указанные страны ежегодно приходится более 80% индонезийского импорта.

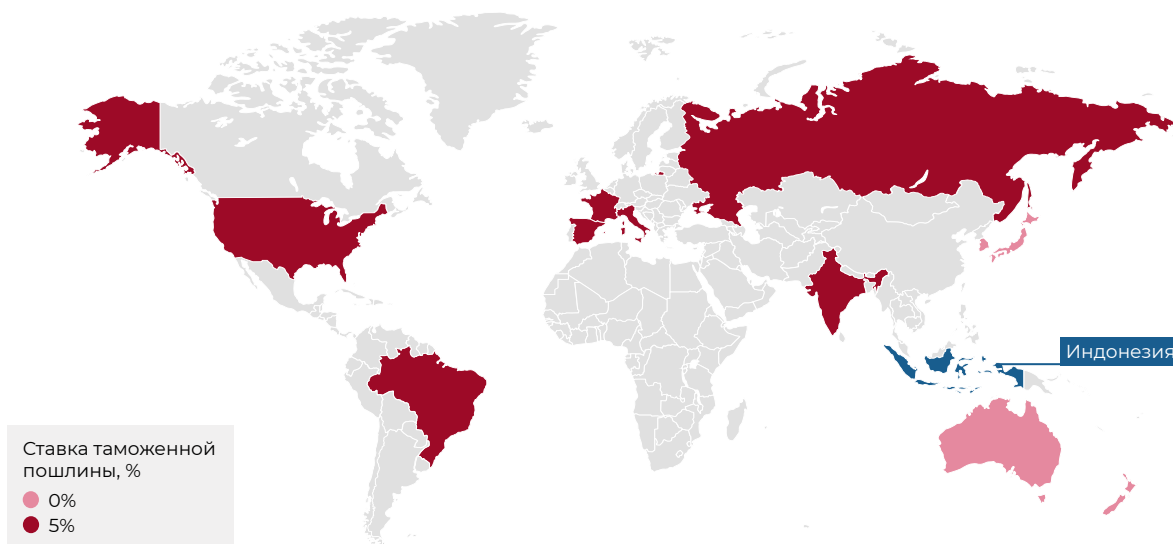


Тарифная защита рынка

В настоящее время на все виды мяса и субпродуктов КРС из России в Индонезии в рамках режима наибольшего благоприятствования действует ставка ввозной таможенной пошлины в размере 5%. При этом тарифными преференциями на местном рынке пользуются товары из Австралии, Новой Зеландии, Республики Корея, Сингапура и Японии, с которыми у Индонезии заключены соглашения о свободной торговле. Мясо КРС из указанных государств ввозится в республику по нулевой ставке пошлины.

Ставки ввозных таможенных пошлин для России и основных стран-экспортеров мяса КРС в Индонезию, 2024 г.

Страна	Ставка таможенной пошлины, %
Россия	5
Бразилия	5
Индия	5
Испания	5
Италия	5
США	5
Франция	5
Австралия	0
Новая Зеландия	0
Республика Корея	0
Сингапур	0
Япония	0



Источник: ITC Market Access Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 0201, 0202, 020610–020629, 021020.



Потребительские предпочтения

Тенденции на продовольственном рынке Индонезии

- Индонезия — крупнейшая по численности населения мусульманская страна, и культурно-религиозные факторы оказывают существенное влияние на потребительские предпочтения местных жителей. Помимо традиционно низкого для таких государств уровня спроса на свинину (данный вид мяса едят только представители религиозных меньшинств, компактно проживающие на ряде островов индонезийского архипелага), в стране также наблюдается сезонность потребления целого ряда других товаров. Например, в период священного месяца Рамадан мусульмане соблюдают 29-дневный пост, из-за чего заметно сокращается объем продаж многих продуктов питания. И, напротив, по окончании Рамадана (Ураза-байрам) и во время некоторых других праздников спрос на продукты повышается. В связи с этим многие компании в стране заказывают рекламу, приуроченную к религиозным праздникам, и реализуют соответствующую маркетинговую стратегию. Кроме того, практически для всех продуктов питания в Индонезии обязательно наличие маркировки «Халаль», которая подтверждает соответствие продукции нормам ислама;
- устойчивое увеличение численности населения и активная внутренняя миграция в условиях урбанизации привели в Индонезии к заметным региональным диспропорциям в потреблении продуктов питания. Как следствие, спрос и потребительские предпочтения местных жителей сильно различаются в зависимости от их местоположения. Например, спрос на говядину сконцентрирован в крупных городских агломерациях (таких как Джакарта, Бекаси и Сурабая), где проживает основная часть платежеспособного населения страны, в то время как в сельской местности и на слабозаселенных островах Индонезии потребляется преимущественно мясо птицы. Также в городах более заметную роль в торговле продуктами питания играют сети супермаркетов и гипермаркетов, и быстрее увеличивается объем продаж в секторе HoReCa, тогда как в остальных частях страны товары реализуются преимущественно на традиционных рынках;
- в стране растет спрос на блюда быстрого приготовления и полуфабрикаты, что связано с увеличением доли городского населения, большим количеством магазинов товаров повседневного спроса и развитием логистики холодовых цепей. Особенно заметно потребление подобной продукции увеличилось в период пандемии COVID-19, когда в условиях карантинных ограничений индонезийцы начали покупать больше продуктов питания с длительным сроком хранения;
- на фоне глобализации в Индонезии постепенно набирает популярность западный образ жизни. Данная тенденция особенно заметна среди городской молодежи, которая ежедневно пользуется соцсетями, смотрит американские и корейские фильмы и сериалы, а также активно посещает заведения международных сетей ресторанов быстрого питания. В результате в стране опережающими темпами растет спрос на фастфуд, снеки и газированные напитки, а также повышается интерес к новым импортным продуктам питания, в т.ч. брендированной продукции премиального сегмента;



- среди потребителей отмечается повышенный спрос на зарубежные кухни. Увеличивается число японских, корейских, американских и европейских ресторанов, которые предлагают в качестве основных блюд премиальные виды говядины, разнообразные сыры и большой ассортимент морепродуктов;
- в связи с глобальным трендом на здоровый образ жизни индонезийские потребители (особенно жители городов с высоким уровнем доходов) все чаще отдают предпочтение более полезной продукции без искусственных пищевых добавок, с пониженным содержанием сахара, без трансжиров и красителей, а также с пониженным содержанием соли и провоцирующих аппетит специй.



Тенденции на рынке мясной продукции

- наиболее популярные виды мяса в Индонезии — курятина и говядина. Курица традиционно является для местных жителей ключевым источником животного белка и входит в состав большинства национальных блюд. Потребление мяса КРС, в свою очередь, набирает популярность в последние 20–30 лет. Помимо говядины, индонезийцы также активно потребляют буйволятину (как местного производства, так и импортную). Мясо буйвола поставляется преимущественно из Индии, в то время как живые буйволы импортируются из Австралии. При этом в некоторых регионах страны, например, на острове Бали, компактно проживают индуисты, из религиозных соображений не употребляющие в пищу говядину и заменяющие ее мясом птицы или свининой;
- при принятии решения о покупке наиболее доступного в стране мяса птицы индонезийцы в первую очередь обращают внимание на его качество, внешний вид, наличие маркировки «Халяль» и на цену. Важным фактором также является приверженность жителей Индонезии мясу птицы местного производства, которое они считают продукцией лучшего качества. Государство, в свою очередь, поддерживает местных птицеводов в рамках стратегии по повышению уровня самообеспечения страны ключевыми продуктами питания и регулирует цены на мясо путем ограничения импорта и экспорта данной продукции;
- традиционные открытые рынки являются важнейшим каналом сбыта мяса в Индонезии. Потребителей в таких торговых точках привлекает большой ассортимент предлагаемой продукции, более низкие цены по сравнению с сетевой розницей, а также возможность выбрать именно ту часть туши, которая им необходима. Однако одновременно с этим в последние годы в стране появляется все больше специализированных мясных магазинов, которые предлагают более широкий ассортимент мяса и дополнительно делают акцент на качестве и безопасности реализуемой продукции, что дает им конкурентное преимущество;
- основная часть производства и потребления мяса КРС в Индонезии сконцентрирована на острове Ява, что обусловлено большой численностью населения региона и значительной долей платежеспособных покупателей в расположенных здесь крупнейших городах страны. Значительная доля спроса также приходится на активно развивающийся в республике гостинично-ресторанный сектор, где наблюдается ежегодное увеличение количества заведений, специализирующихся на блюдах с говядиной;
- говяжьи субпродукты являются важной частью индонезийской кулинарии и широко используются как в домашней кухне, так и в секторе общественного питания. Например, одни из самых популярных субпродуктов — говяжий язык, добавляемый в различные национальные блюда, и его основание (корень языка), используемое в местной пищевой промышленности для производства готовой мясной продукции.

Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Alamboga Internusa	Импортер и дистрибьютор продуктов питания, базирующийся на острове Бали. Компания основана в 1990 г. как семейное предприятие и в настоящее время является одной из самых крупных среди дистрибьюторов, специализирующихся на поставках в заведения сектора HoReCa. Сайт: www.alamboga.com
Anugrah Indo Mandiri	Основанная в 2003 г. компания-импортер и дистрибьютор продуктов питания и напитков. В настоящее время специализируется на поставках в гостинично-ресторанный сектор, а также сотрудничает со многими розничными сетями. Сайт: www.ptaims.com
Hakiki Donarta	Индонезийская компания-дистрибьютор, которая является ведущим поставщиком в страну продуктов известных международных брендов, включая кондитерские изделия, хлопья и каши, молочную продукцию, орехи и пищевые ингредиенты. Сайт: www.hakiki.com
Inter Buana Mandiri	Крупный местный импортер и дистрибьютор, который поставляет на рынок Индонезии мясо, специи, джемы, соусы, напитки, консервированные овощи, кондитерские изделия, крупы и пищевые масла. Сайт: www.ibmindonesia.com
Pandurasa Kharisma	Индонезийская компания, один из ведущих импортеров и дистрибьюторов потребительских товаров, с 1992 г. поставляет широкий ассортимент продукции в розничные сети и другие коммерческие организации. Сайт: www.pandurasa.com
Prambanan Kencana	Импортер и дистрибьютор с головным офисом в Джакарте, является крупным поставщиком пищевой и непищевой продукции в розничные сети и гостинично-ресторанный сектор Индонезии. Специализируется на поставках готовой мясной продукции, соков, орехов, дрожжей, молочной продукции, кондитерских изделий, пищевых масел. Сайт: www.prb.co.id
Sukanda Djaya	Одна из крупнейших в Индонезии компаний по реализации охлажденных продуктов питания и напитков, а также ведущий импортер замороженных и охлажденных товаров, молочной продукции и деликатесов премиум-сегмента. Сайт: www.sukandadjaya.com
Ultrajaya Milk Industry & Trading Company	Производитель молочной продукции, детского питания и безалкогольных напитков, который работает на местном рынке с 1950 г. Помимо производства компания также занимается импортом ингредиентов и дистрибуцией. Сайт: www.ultrajaya.co.id



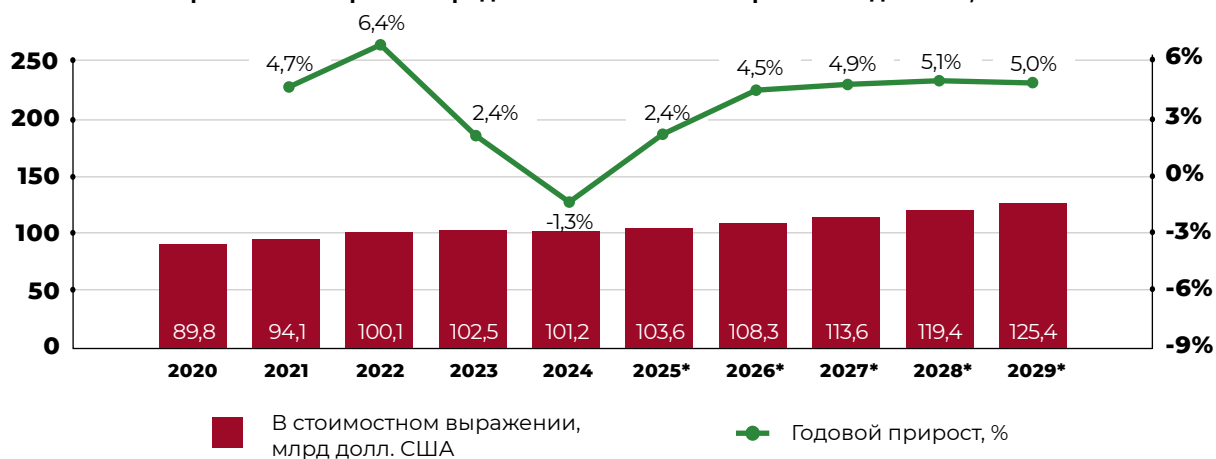
Розничная торговля

Сектор розничной торговли в Индонезии сегодня активно развивается. Ключевую роль здесь по-прежнему играют традиционные торговые точки (открытые рынки, семейные продуктовые лавки и небольшие несетевые магазины), привлекающие потребителей низкими ценами. В таких магазинах, как правило, представлены самые базовые товары повседневного спроса.

Современная розничная торговля в Индонезии представлена сетевыми супер- и гипермаркетами, а также круглосуточными магазинами, число которых ежегодно увеличивается. Городские потребители ценят широкий ассортимент местной и импортной продукции, относительно высокий уровень качества товаров, различные акции и скидки. В гипермаркетах представлена разнообразная продукция, в том числе премиум-класса, и широкий выбор импортных товаров повседневного спроса. Основная целевая аудитория супермаркетов — индонезийцы со средним и высоким уровнем дохода, а также многочисленные туристы. Местные супермаркеты, как правило, стремятся выделиться на фоне конкурентов, предлагая уникальные и редкие импортные товары, поставляемые в страну по эксклюзивным соглашениям с международными производителями.

Рынок розничной торговли Индонезии является высококонкурентным и представлен большим количеством крупных и мелких операторов. Ведущими компаниям по объему продаж являются Sumber Alfaria Trijaya (владелец сетей Alfamart и Alfamidi) и Salim Group (владелец сети Indomaret). В пятерку лидеров также входят Matahari Putra Prima, Trans Retail Indonesia и Koninklijke Ahold Delhaize.

Объем розничной торговли продовольственными товарами в Индонезии, 2020–2029 гг.



Источник: EMIS

Примечание. Без учета электронной торговли продовольственными товарами. *прогноз.

Крупные магазины розничной торговли

Alfamidi и Alfamart — работающая с 1989 г. сеть супермаркетов и круглосуточных магазинов, которая насчитывает более 19 тыс. торговых точек по всему миру. Ассортимент включает широкий спектр товаров повседневного спроса, в т.ч. импортные продукты питания и напитки.

Сайты: www.alfamidiku.com; www.alfamart.co.id

Farmers Market — розничная сеть, которая работает преимущественно в крупных городах Индонезии с 1997 г. и сегодня насчитывает более 70 супермаркетов. Сеть специализируется на реализации свежей фермерской продукции: фруктов; овощей; мяса; морепродуктов; соусов; снеков; растительных масел; меда; молочной продукции, а также товаров для дома.

Сайт: www.farmersmarket.co.id

Indomaret — основанная в 1997 г. международная франшиза супермаркетов и мини-маркетов компании Indomarco Prismatama. Насчитывает более 18 тыс. торговых точек в Индонезии, располагает более чем 30 распределительными центрами и собственным автопарком. На Indomaret приходится около половины продаж продуктов питания в местном сегменте магазинов шаговой доступности.

Сайт: www.indomaret.co.id

Lotte Mart — южнокорейская сеть магазинов розничной торговли, представленная на территории Индонезии более чем 40 супермаркетами. Магазины сети реализуют большое количество продуктов премиум-сегмента и, в частности, являются основной площадкой дистрибуции популярных в стране корейских товаров.

Сайт: www.lottemart.co.id

Matahari Putra Prima — индонезийская розничная торговая сеть, учрежденная в 1986 г. и сегодня включающая более 180 гипермаркетов Hypermart и супермаркетов Foodmart в 73 городах по всей стране. Реализует продукты питания, бытовую технику, одежду, товары для дома и косметику.

Сайт: www.mppa.co.id

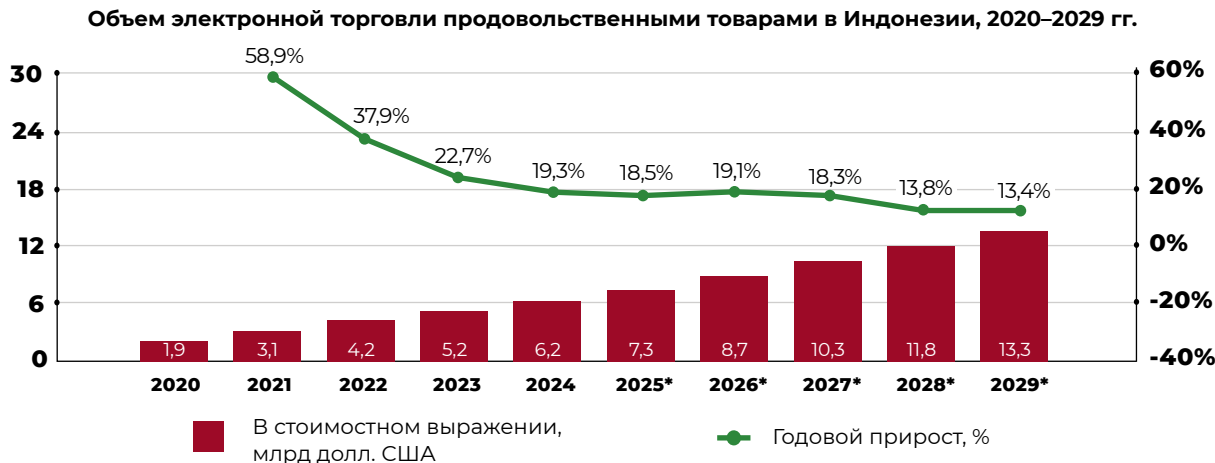
Super Indo — один из крупнейших игроков в секторе розничной торговли Индонезии, работающий на рынке с 1997 г. в качестве совместного предприятия нидерландской торговой компании Koninklijke Ahold Delhaize и местной Salim Group. Магазины сети расположены более чем в 40 городах (на островах Ява и Суматра) и предлагают широкий ассортимент товаров повседневного спроса как зарубежного, так и местного производства.

Сайт: www.superindo.co.id

Электронная торговля

Жители Индонезии активно совершают покупки через интернет со второй половины 2010-х гг., когда на рынок начали выходить крупные операторы электронной торговли, такие как Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada и Blibli. Онлайн-маркетинг стимулирует продажи по мере того, как повышаются знания покупателей о продуктах питания. Пик развития электронной коммерции пришелся на 2020 г., когда из-за пандемии COVID-19 и соответствующих карантинных ограничений потребители начали массово заказывать продукты и блюда на дом. Несмотря на постепенное снятие всех запретов на собрания в людных местах (включая заведения общепита), спрос на электронную торговлю в Индонезии продолжил расти, поскольку местные потребители и туристы высоко оценили удобство доставки продуктов питания и готовых блюд из ресторанов.

Как и в некоторых других странах, в Индонезии выделяются сезонные пики продаж товаров через площадки электронной торговли, известные под общим термином Harbolnas (Hari Belanja Online Nasional) и, как правило, приуроченные к таким датам, как 12 декабря (12.12) или 11 ноября (11.11). В преддверии и в период Harbolnas дистрибьюторы проводят наиболее заметные маркетинговые кампании, в то время как покупатели наиболее активно приобретают самые разные товары. Впервые такое мероприятие проведено в стране в 2012 г. по инициативе компаний, которые являются частью Индонезийской ассоциации электронной коммерции, и с тех пор Harbolnas проводится регулярно, что оказывает положительное влияние на объемы продаж в местном сегменте электронной торговли.



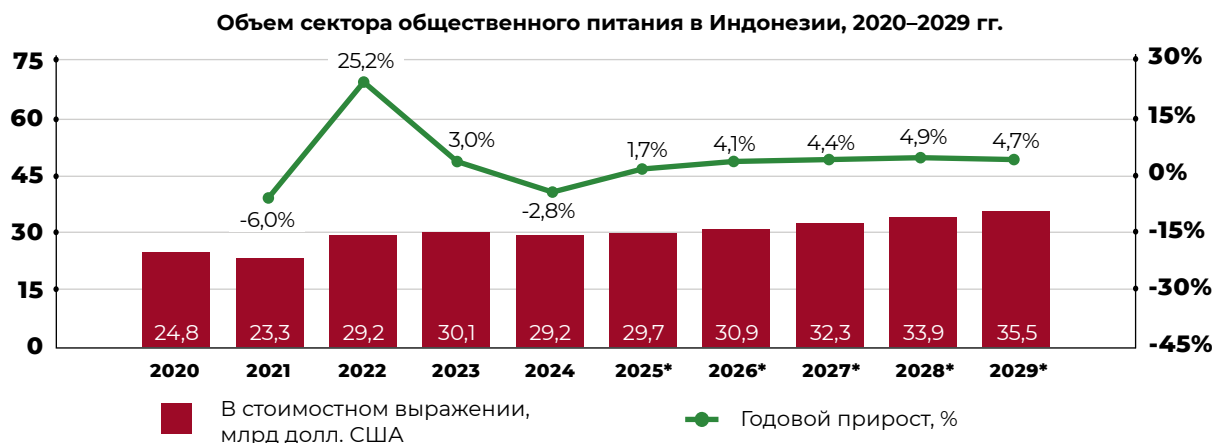
Источник: EMIS

Примечание. *Прогноз.

Гостинично-ресторанный сектор

Ресторанный бизнес в Индонезии в последние десятилетия динамично развивается на фоне повышения уровня доходов населения и стабильного туристического потока. Сегодня в стране работает большое количество заведений, которые преимущественно сконцентрированы в крупнейших городах и основных туристических центрах: Джакарте, Сурабае, Медане и на Бали. Большим спросом пользуются рестораны и кафе, предлагающие потребителям широкий выбор западных блюд, хотя не менее популярна и традиционная индонезийская кухня, в первую очередь блюда из риса и лапши. Среди заведений быстрого питания лидируют международные сети KFC, McDonald's и Pizza Hut, которые ежегодно увеличивают количество своих заведений.

Гостиничный сектор Индонезии также продолжает развиваться, предоставляя путешественникам большой выбор отелей как для деловых поездок, так и для туризма. Здесь представлен широкий спектр международных сетей отелей различного звездного рейтинга. Наиболее популярными туристическими направлениями традиционно считаются Бали, Бандунг, Сурабая, Джокьякарта и Медан.



Источник: EMIS

Примечание. *Прогноз.

