

Экспортный гид

# Масло соевое

---



Республика Корея



Экспортный гид

# Масло соевое



Республика Корея

Гид создан при участии:



# Предисловие

---

Настоящий гид разработан как практическое руководство для организации экспорта соевого масла в Республику Корея. Гид основан на следующих принципах:

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

Представленные материалы помогут принять взвешенное решение о выходе на рынок и максимально эффективно организовать экспорт соевого масла в Республику Корея.

© ФГБУ «Федеральный центр развития экспорта продукции агропромышленного комплекса Российской Федерации», 2021.

© Все права защищены.

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



Министерство  
сельского хозяйства  
Российской Федерации



# Оглавление

---

<b>Резюме .....</b>	<b>5</b>
<b>Список сокращений.....</b>	<b>7</b>
<b>Введение .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Краткий обзор — Республика Корея .....</b>	<b>13</b>
1.1. Экономические тенденции .....	15
1.2. Политические тенденции .....	21
1.3. Деловая среда .....	22
1.4. Демографические тенденции.....	25
1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны .....	26
<b>2. Обзор рынка.....</b>	<b>29</b>
2.1. Объем и динамика рынка .....	31
2.2. Потребительские предпочтения .....	48
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	51
2.4. Конкурентная среда и участники рынка .....	59
<b>3. Стандарты на продукцию .....</b>	<b>63</b>
3.1. Требования к продукции.....	65
3.2. Требования к документам .....	66
3.3. Требования к упаковке и маркировке .....	66
<b>4. Барьеры входа на рынок.....</b>	<b>70</b>
4.1. Особенности таможенных процедур.....	72
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	73
<b>5. Организация экспортных поставок .....</b>	<b>76</b>
5.1. Логистика.....	78
5.2. Формы присутствия на рынке .....	84
5.3. Защита интеллектуальной собственности.....	87
<b>6. Продвижение продукции.....</b>	<b>92</b>
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке .....	94
6.2. Отраслевые выставки.....	95
<b>7. Особенности деловой культуры .....</b>	<b>96</b>
<b>8. Преимущества и риски осуществления поставок.....</b>	<b>101</b>
8.1. Преимущества.....	103
8.2. Риски.....	103

<b>9. Карта действий экспортера .....</b>	<b>105</b>
<b>10. Контактная информация .....</b>	<b>108</b>
<b>11. Государственная поддержка экспорта продукции АПК .....</b>	<b>112</b>
<b>Приложение №1. Особые экономические зоны .....</b>	<b>121</b>
<b>Приложение №2. Нормативно-правовая база .....</b>	<b>125</b>

# Резюме

---

- Республика Корея является одной из самых богатых стран Азии. Ее экономика ориентирована на производство высококачественной электроники, строительство и судостроение. Республика Корея открыта для международного делового сотрудничества: в 2020 г. по показателям легкости ведения бизнеса страна заняла 5-е место в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка.
- После 2017 г. рост экономики Республики Корея замедлился. Благодаря высокоэффективным действиям правительства в борьбе с пандемией COVID-19 в 2020 г. ВВП страны снизился только на 0,9%. Ожидалось, что в 2021 г. рост экономики восстановится до 4,3%, но к 2026 г. постепенно сократится до 2,4%.
- Республика Корея является крупным импортером продовольствия. В 2020 г. объем импорта продукции АПК составил 32,5 млрд долл. США. Страна привлекательна для экспортеров продуктов питания, в том числе для российских. Однако следует учитывать, что более выгодные позиции на южнокорейском рынке имеют экспортеры из стран, присоединившихся к Соглашению о Всестороннем региональном экономическом партнерстве (ВРЭП).
- Из 80,9 тыс. тонн урожая масличных культур в Республике Корея в 2019/20 маркетинговом году на долю соевых бобов пришлось 62%. Согласно прогнозам, по итогам 2020/21 г. объемы производства сои должны были достичь 94 тыс. тонн, что на 16% больше, чем в предыдущем году. Рост ожидался прежде всего за счет повышения урожайности.
- По итогам 2019/20 г. производство соевого масла выросло на 2,6% по сравнению с предыдущим годом и составило 196 тыс. тонн. При этом в 2020/21 г. ожидалось снижение объемов производства на 3,1% — до 190 тыс. тонн.
- Уровень потребления соевого масла в 2019/20 г. составил 580 тыс. тонн, что на 11,5% выше аналогичного показателя предыдущего года. Рост в первую очередь связан с увеличением спроса со стороны пищевой промышленности, а также с возобновлением использования соевого масла при производстве биодизеля. Эксперты прогнозируют рост потребления соевого масла в стране в 2021/22 г. до уровня 640 тыс. тонн (на 4,9% выше, чем в 2019/20 г.), что во многом обусловлено растущими запросами пищевой промышленности.
- В 2020 г. Республика Корея экспортировала 2,2 тыс. тонн соевого масла на общую сумму 3,7 млн долл. США. Высокие показатели внутреннего потребления данного продукта, а также текущие объемы производства (по состоянию на 2020 г. отечественное производство обеспечивало потребности страны в соевом масле лишь на 35%) не позволяют стране экспортировать большие объемы соевого масла.

- Импорт соевого масла в стране растет. По итогам 2020 г. он превысил максимальное значение за период 2012–2020 гг. в натуральном выражении и достиг 391,9 тыс. тонн, что на 11,6% выше уровня 2019 г. В стоимостном выражении импорт также увеличился (на 18,6% к показателю 2019 г.) и составил 312,3 млн долл. США.
- В структуре импорта соевого масла преобладает сырое масло, доля которого не опускалась ниже 90% с 2012 г. Тем не менее с 2016 г. доля рафинированного масла растет и в 2020 г. достигла 8,8%, тогда как в 2016 г. составляла лишь 1,4%.
- В 2020 г. самым крупным поставщиком соевого масла в Республику Корея были США: доля страны в общем объеме импорта достигла 89,9% в натуральном выражении (в 2012 г. — 1,5%). Рост доли США напрямую связан с сокращением экспорта соевого масла из Аргентины, доля которой снизилась с 79,9% в 2012 г. до 8,4% в 2020 г.
- Средняя импортная цена на сырое соевое масло в 2020 г. составила 789 долл. США за тонну (что на 6,5% больше, чем в 2019 г.). Наиболее конкурентоспособными по ценам были поставки из США. Самым дорогим оказалось соевое масло из Вьетнама и Аргентины.
- В Республике Корея российские экспортеры соевого масла работают по довольно низким ставкам ввозных таможенных пошлин (5%). При этом поставщики из США получают доступ на рынок страны фактически по нулевым ставкам в рамках соглашения о свободной торговле (0,5% на сырое и 0% на рафинированное соевое масло).

# Список сокращений

---

## Англоязычные сокращения

<b>B2B</b>	Business-to-business — коммерческие взаимоотношения между организациями
<b>FIOS</b>	Free In and Out Stowed — условие перевозки, означающее, что фрахт не учитывает стоимости выгрузки с судна
<b>FOSFA</b>	Federation of Oils, Seeds & Fats Associations — Федерация ассоциаций торговли масличными культурами, семенами и жирами
<b>GAIN</b>	Global Agricultural Information Network — Глобальная сельскохозяйственная информационная сеть
<b>GMP</b>	Good Manufacturing Practice — надлежащая производственная практика, правилам которой должна отвечать система организации производства и контроля качества лекарственных средств
<b>НАССР</b>	Hazard Analysis Critical Control Points — принципы анализа рисков и критических контрольных точек для обеспечения безопасности пищевой продукции
<b>HMR</b>	home meal replacement — категория продуктов питания, включающая полностью готовые к употреблению блюда, полуфабрикаты, которые необходимо только разогреть, и наборы ингредиентов, требующие незначительной дополнительной обработки
<b>HoReCa</b>	Hotel, Restaurant, Cafe/Catering — гостинично-ресторанный бизнес
<b>HS</b>	Harmonized System — гармонизированная система описания и кодирования товаров
<b>Incoterms</b>	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
<b>IPPC</b>	International Plant Protection Convention — Международная конвенция по защите растений. Клеймо IPPC подтверждает, что деревянная тара прошла фитосанитарную обработку
<b>ITC Trade Map</b>	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
<b>KOTRA</b>	Korea Trade-Investment Promotion Agency — Корейское агентство содействия торговле и инвестициям
<b>MFDS</b>	Ministry of Food and Drug Safety — Министерство безопасности пищевых продуктов и медикаментов Республики Корея



<b>NACF</b>	National Agricultural Cooperative Federation — Национальная федерация сельскохозяйственных кооперативов
<b>USDA</b>	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

### **Русскоязычные сокращения**

<b>АПК</b>	агропромышленный комплекс
<b>АСЕАН</b>	Ассоциация государств Юго-Восточной Азии
<b>ВОИС</b>	Всемирная организация интеллектуальной собственности
<b>ВРЭП</b>	Всестороннее региональное экономическое партнерство
<b>ВТО</b>	Всемирная торговая организация
<b>ЕАСТ</b>	Европейская ассоциация свободной торговли
<b>ЗСТ</b>	зона свободной торговли
<b>КРС</b>	крупный рогатый скот
<b>МВФ</b>	Международный валютный фонд
<b>МОТ</b>	Международная организация труда
<b>НИОКР</b>	научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы
<b>ОЭСР</b>	Организация экономического сотрудничества и развития
<b>ПИИ</b>	прямые иностранные инвестиции
<b>ППС</b>	паритет покупательной способности
<b>РНБ</b>	режим наибольшего благоприятствования
<b>РОУ АПК</b>	региональные органы управления агропромышленным комплексом
<b>СИЗ</b>	свободная инвестиционная зона
<b>СЭЗ</b>	свободная экономическая зона

*Список сокращений*

<b>ТН ВЭД</b>	товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности
<b>ТРИПС</b>	Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности
<b>ЮНКТАД</b>	Конференция ООН по торговле и развитию

# Введение





Южная Корея (официальное название — Республика Корея) является одной из самых богатых стран Азии. В 1948 г. на территории Корейского полуострова было создано два независимых государства: Корейская Народно-Демократическая Республика (КНДР) — на севере и Республика Корея — на юге. Для выхода из бедности Республика Корея ориентировала свое производство на внешний спрос (экспорт). Страна входит в число мировых лидеров в таких сферах, как производство высококачественной электроники, страхование, строительство и судостроение. С населением 51,5 млн человек Южная Корея является привлекательным рынком для экспортеров продовольствия.

### **Общие сведения (2020 г.)**

**ВВП (в текущих ценах):** 1 638 млрд долл. США

**Рост ВВП:** -0,9%

**ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах):** 44 750 долл. США

**Уровень инфляции:** 0,5%

**Приток ПИИ:** 10,6 млрд долл. США (2019 г.)

**Население:** 51,5 млн человек

**Площадь страны:** 97,5 тыс. км<sup>2</sup>

**Крупнейшие города по численности населения:** Сеул (9,9 млн), Пусан (3,4 млн), Инчхон (2,9 млн), Тэгу (2,5 млн), Тэджон (1,5 млн)

**Уровень урбанизации:** 81,4%

**Уровень безработицы:** 4,1%

**Структура ВВП:** сельское хозяйство (1,8%), промышленность (36,1%), сфера услуг (62,1%)

**Структура занятости:** сельское хозяйство (4,8%), промышленность (25%), сфера услуг (70,2%)

**Основные товары экспорта:** электрические машины и оборудование; реакторы ядерные; средства наземного транспорта; пластмассы и изделия из них; нефть и нефтепродукты

**Основные товары импорта:** электрические машины и оборудование; нефть и нефтепродукты; реакторы ядерные; инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, медицинские; средства наземного транспорта

**Объем экспорта:** 512,8 млрд долл. США

**Объем импорта:** 467,5 млрд долл. США

# Краткий обзор — Республика Корея

---



Содержание

---

## **1.1.**

Экономические тенденции

## **1.2.**

Политические тенденции

## **1.3.**

Деловая среда

## **1.4.**

Демографические тенденции

## **1.5.**

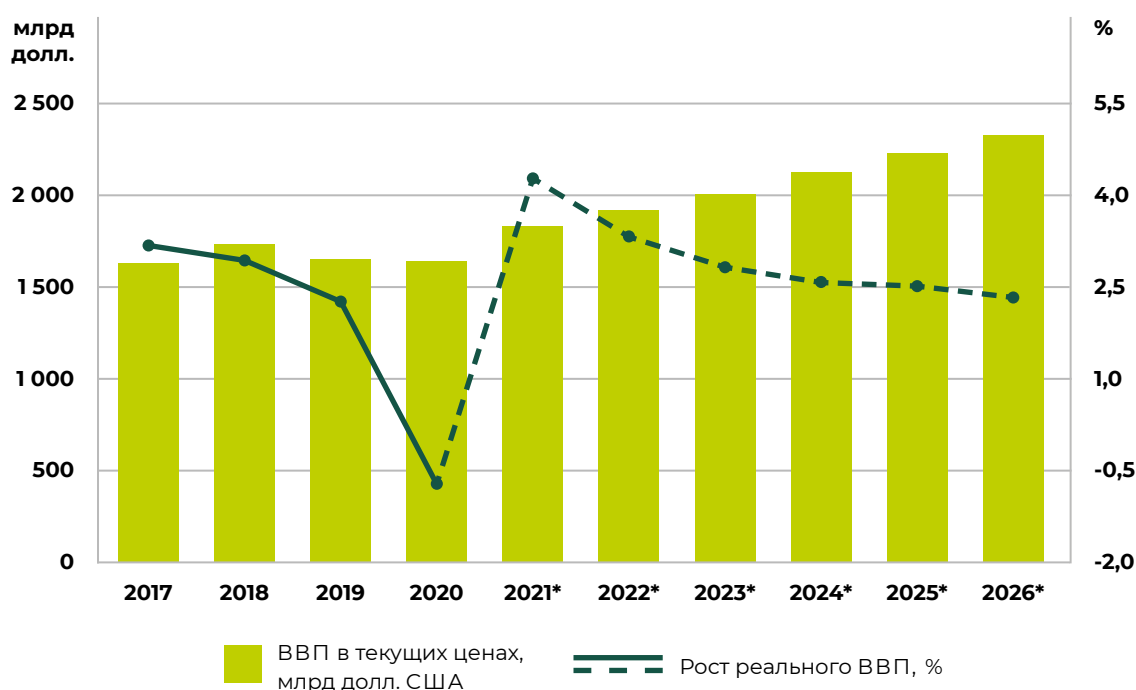
Влияние тенденций  
на потребительский рынок страны



## 1.1. Экономические тенденции

Южнокорейская экономика интенсивно развивалась в последнее десятилетие. В 2017 г. наблюдался максимальный рост ВВП (3,2%), в дальнейшем темпы роста замедлились. Благодаря эффективным мерам по борьбе с пандемией COVID-19 правительство смогло поддержать экономику страны. Согласно оценкам МВФ, в 2020 г. рост реального ВВП Южной Кореи снизился всего до -0,9%, в 2021 г. он восстановится до 4,3%, а к 2026 г. рост экономики постепенно сократится до 2,4%.

Рис. 1. Динамика ВВП Республики Корея, 2017–2026 гг.



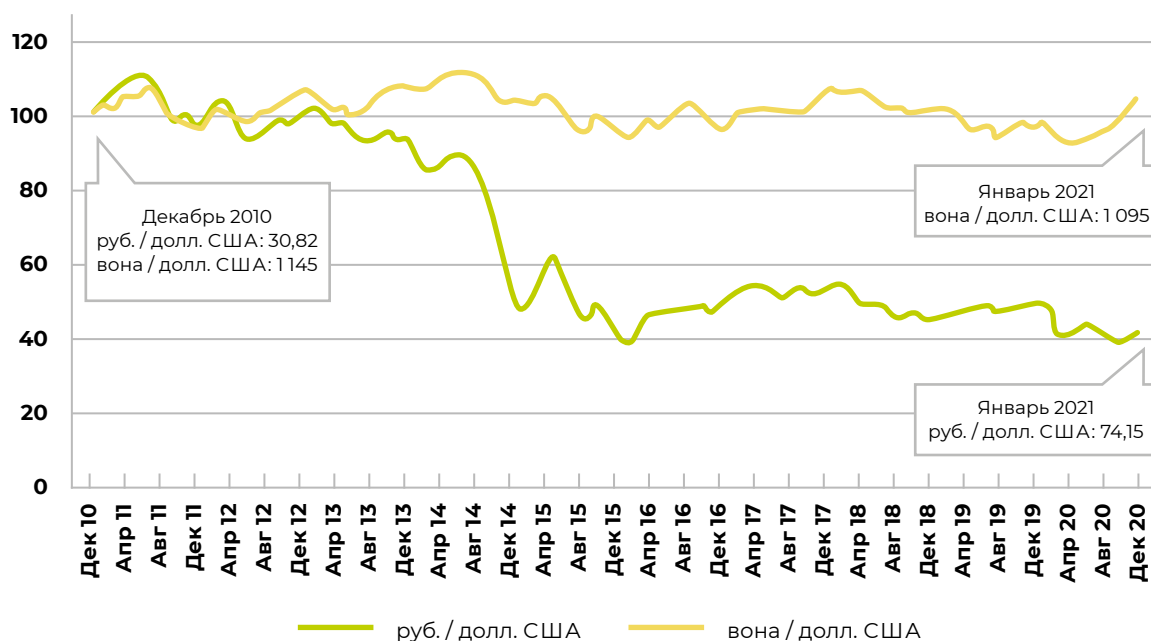
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. \*прогноз.

Южнокорейская вона заметно ослабла за 2018–2019 гг. в результате замедления экономического роста. Тем не менее, по данным Банка международных расчетов (Bank for International Settlements), вона укрепилась по сравнению с тем курсом, который был зафиксирован десять лет назад. Южнокорейская валюта сильнее российского рубля, но слабее американского доллара.



Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и южнокорейской воны к доллару США, декабрь 2010 г. – январь 2021 г.



Источник: Банк международных расчетов

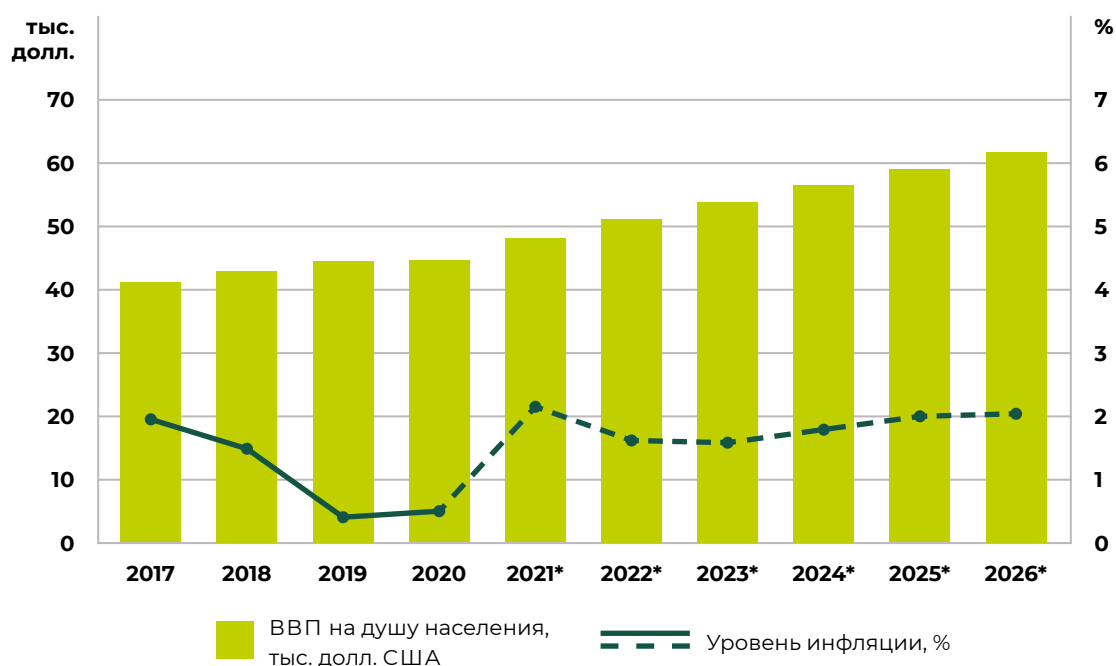
Примечание. Приведены среднемесячные показатели, за 100% взят курс на декабрь 2010 г.

Южная Корея — страна с высоким уровнем дохода и успешным опытом повышения общественного благосостояния. Минимальный размер оплаты труда с 2015 г. ежегодно повышается и по состоянию на 2021 г. составляет 1,8 млн вон (примерно 1 600 долл. США) в месяц<sup>1</sup>. Основу роста в разных отраслях — от высоких технологий до тяжелой промышленности — обеспечивают инновации. Южная Корея остается амбициозной страной: в планах по восстановлению экономики после рецессии 2020 г. приоритетными являются «зеленые» и цифровые технологии.



<sup>1</sup> <https://www.moel.go.kr/english/>

Рис. 3. Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения, 2017–2026 гг.



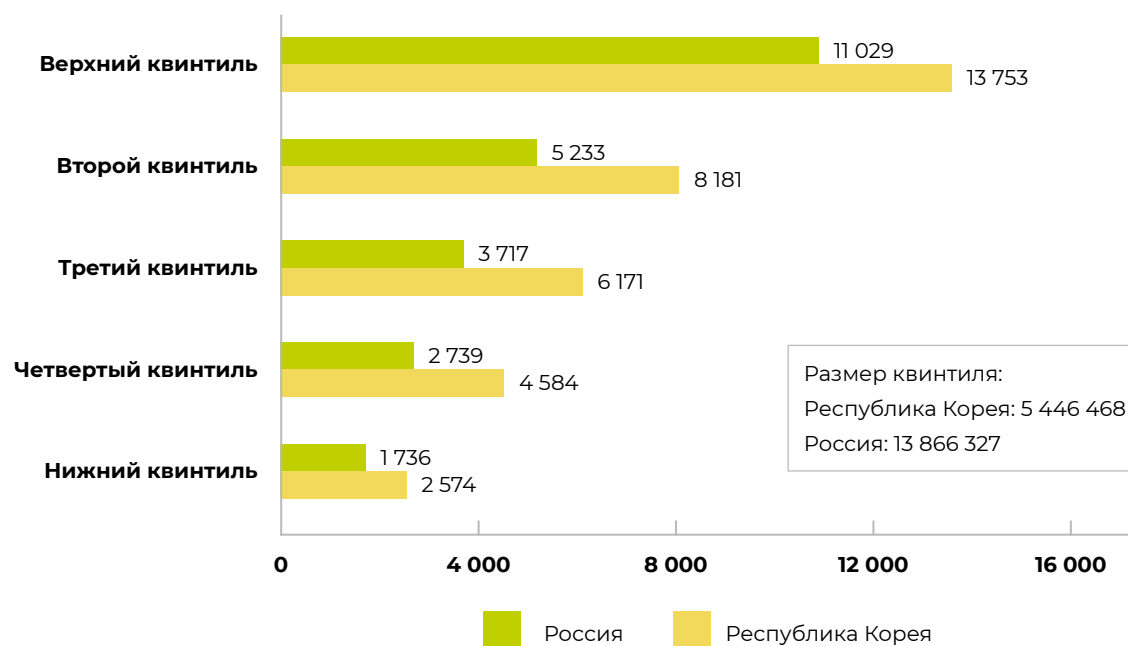
Источник: МВФ

Примечание. \*прогноз.

Экономическое неравенство в южнокорейском обществе в последние годы продолжает увеличиваться. Так, на долю первого квинтиля (20% граждан с наибольшими доходами) приходится 39% общей суммы денежных доходов экономически активного населения страны. Для сравнения: в Японии этот показатель составляет 41%, в Китае — 45%.



Рис. 4. Среднемесячные доходы занятого населения по квинтильным (20%) группам, 2019 г., долл. США



Источник: Всемирный банк, МВФ

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

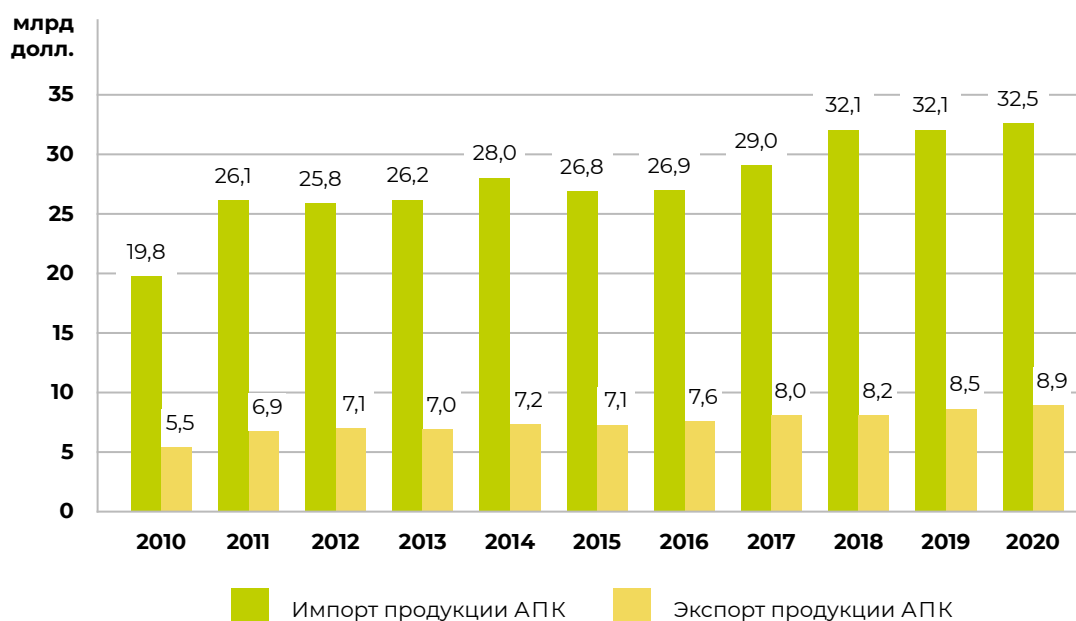
## Внешняя торговля продукцией АПК

Сельское хозяйство играет незначительную роль в экономике Республики Корея, обеспечивая лишь 1,8% ВВП (29 млрд долл. США). В этом секторе заняты всего 4,8% трудоспособного населения. Основными сельскохозяйственными продуктами являются рис, ячмень, овощи, фрукты, мясо КРС, свинина, мясо птицы, молочные продукты, яйца и рыба.

Страна наращивает объемы закупок продукции АПК. В 2020 г. импорт продовольствия в стоимостном выражении достиг 32,5 млрд долл. США. При этом экспорт также имеет тенденцию к росту и в 2020 г. составил 8,9 млрд долл. США, увеличившись относительно показателя 2010 г. на 62%.



Рис. 5. Внешняя торговля продукцией АПК Республики Корея, 2010–2020 гг., млрд долл. США



Источник: ITC Trade Map

Табл. 1. Структура экспорта продукции АПК Республики Корея, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
2402	Сигары, сигариллы и сигареты	838,1	9,4
1902	Макаронные изделия	792,3	8,9
0303	Рыба мороженая	615,7	6,9
2106	Пищевые продукты	598,9	6,7
2008	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные	563,0	6,3
2202	Воды газированные, сладкие	498,5	5,6
2103	Продукты для приготовления соусов и готовые соусы	321,9	3,6
1905	Мучные кондитерские изделия	309,0	3,5

Продолжение табл. 1.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
0304	Филе рыбное	255,0	2,9
1212	Плоды рожкового дерева, морские и прочие водоросли, свекла сахарная и сахарный тростник, охлажденные, мороженые или сушеные	242,8	2,7
	Прочие продукты	3 876,5	43,5
	<b>Итого</b>	<b>8 911,7</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

Табл. 2. Структура импорта продукции АПК Республики Корея, 2020 г.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1005	Кукуруза	2 370,9	7,3
2106	Пищевые продукты	1 960,4	6,0
0202	Мясо КРС, замороженное	1 917,1	5,9
0203	Свинина	1 382,3	4,2
0303	Рыба мороженая	1 188,7	3,7
0306	Ракообразные	1 137,2	3,5
0201	Мясо КРС, охлажденное	978,9	3,0
1001	Пшеница	970,5	3,0
0307	Моллюски	964,7	3,0

Продолжение табл. 2.

Код ТН ВЭД	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
0901	Кофе	737,8	2,3
	Прочие продукты	18 934,8	58,2
	<b>Итого</b>	<b>32 543,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map

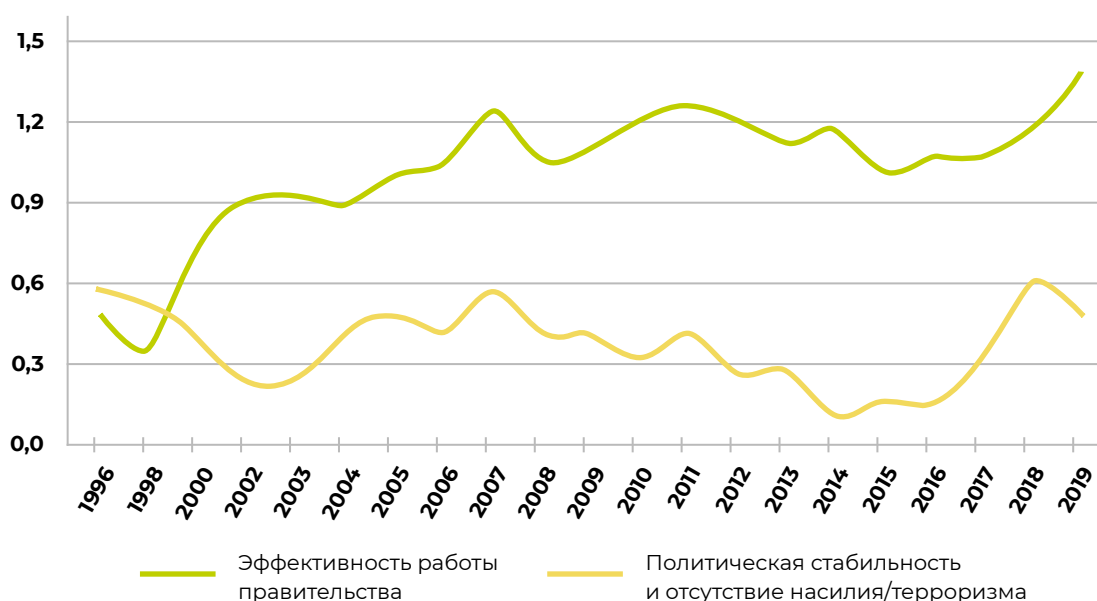
## 1.2. Политические тенденции

Южная Корея — республика с сильной центральной властью. Глава государства — президент, который также является верховным главнокомандующим вооруженными силами. Президент избирается всенародным голосованием сроком на пять лет и осуществляет исполнительные функции через возглавляемый им Государственный совет. Президент назначает премьер-министра и министров. Кандидатуры на высшие государственные должности утверждаются парламентом.

Законодательный орган — однопалатное Национальное собрание — составляют 300 депутатов, которые избираются на четырехлетний срок. В апреле 2020 г. выборы в парламент прошли по новой процедуре — 253 депутата были избраны по мажоритарному принципу, а 47 мест были распределены по системе пропорционального представительства политических партий. На выборах победу одержал блок из Трудовой и Демократической партий Кореи, получив 180 мест. Таким образом, у правящего либерального альянса есть необходимое для принятия законопроектов большинство в три пятых голосов.

Успех Демократической партии многие связывают с активными действиями Мун Чжэ Ина (действующий президент Республики Корея с 2017 г.) во время пандемии. Президент Мун также выступает за мирное решение проблем с КНДР. В июне 2019 г. он встретился в демилитаризованной зоне с верховным лидером КНДР Ким Чен Ыном и президентом США Дональдом Трампом. В результате наметился прогресс в переговорах об отказе КНДР от ядерных и ракетных испытаний.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Республике Корея



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

Согласно показателям качества государственного управления Всемирного банка, эффективность работы южнокорейского правительства заметно улучшилась за последние 20 лет. Так, в 2020 г. Республика Корея заняла 37-ю строчку в рейтинге эффективности работы правительства. Показатель политической стабильности и отсутствия насилия поднялся с исторического минимума в 2014 г. до рекордно высокой строчки в 2018 г.

### 1.3. Деловая среда

В 2020 г. Республика Корея заняла пятое место среди 190 стран мира в ежегодном рейтинге Doing Business. Наибольшее количество баллов набрано за возможности подключения к системе энергоснабжения и обеспечение исполнения контрактов — второй результат по обоим показателям. По международной торговле страна заняла 36-е место, а самую низкую позицию (67-е место) — по доступности кредитов.

В рейтинге восприятия коррупции Transparency International Республика Корея улучшает свои позиции. Если в 2016 г. страна набрала 53 из 100 баллов, то в 2020 г. ее показатели выросли до 61 балла. В результате она заняла 33-е место среди 180 стран, разделяя эту строчку рейтинга с Португалией.

Табл. 3. Стимулирующие и сдерживающие факторы в сфере экономики, политики, права, торговли

	<b>Стимулирующие факторы</b>	<b>Сдерживающие факторы</b>
<b>Экономика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отраслевая диверсификация и лидирующие позиции по производству высокотехнологичной электроники.</li> <li>• Крупные государственные и частные инвестиции в НИОКР.</li> <li>• Хорошая система образования.</li> <li>• Диверсифицированный портфель ПИИ в Азии.</li> <li>• Умеренный государственный долг (внутренний госдолг — 85% от ВВП), который является одним из самых низких для стран с высоким уровнем дохода и в среднем для стран ОЭСР.</li> <li>• Внешняя задолженность также остается низкой и составляет 25% от ВВП</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Медленное восстановление поставок для западных стран-партнеров из-за пандемии.</li> <li>• Конкуренция со стороны китайской продукции (изделия/продукция из стали, электроника, продукция для судостроения).</li> <li>• Старение населения.</li> <li>• Высокий уровень безработицы среди молодежи.</li> <li>• Высокая экономическая концентрация с доминирующим положением чеболей (крупнейших промышленных конгломератов)</li> </ul>
<b>Политика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Правительство страны выделяет дополнительные средства в бюджете, чтобы уменьшить неравенство в доходах и смягчить последствия пандемии для низкооплачиваемых сотрудников.</li> <li>• После выборов в США геополитические риски уменьшились. Президент Джо Байден заявил, что Южная Корея остается союзником, США ориентированы на обеспечение безопасности страны и укрепление двусторонних альянсов в регионе</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Постоянная угроза военного конфликта с КНДР.</li> <li>• Вероятные споры с Японией по вопросам выплаты репараций за преступления во время Второй мировой войны. При этом корейские компании зависят от японского импорта технологий</li> </ul>





Продолжение табл. 3.

	Стимулирующие факторы	Сдерживающие факторы
Право	Высокий рейтинг Южной Кореи (пятая строчка) в показателях легкости ведения бизнеса свидетельствует о благоприятной для бизнеса правовой среде	Сложность нормативно-правовой системы
Торговля	Крупный рынок для импорта продовольствия с богатеющим населением	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Доминирующее положение и сильные переговорные позиции чеболей. Масштабный выход на рынок страны невозможен без достижения договоренностей с этими крупными конгломератами.</li> <li>• Сильная конкуренция со стороны стран-экспортеров продовольствия, у которых подписаны всеобъемлющие торгово-экономические соглашения и соглашения о свободной торговле с Республикой Корея</li> </ul>



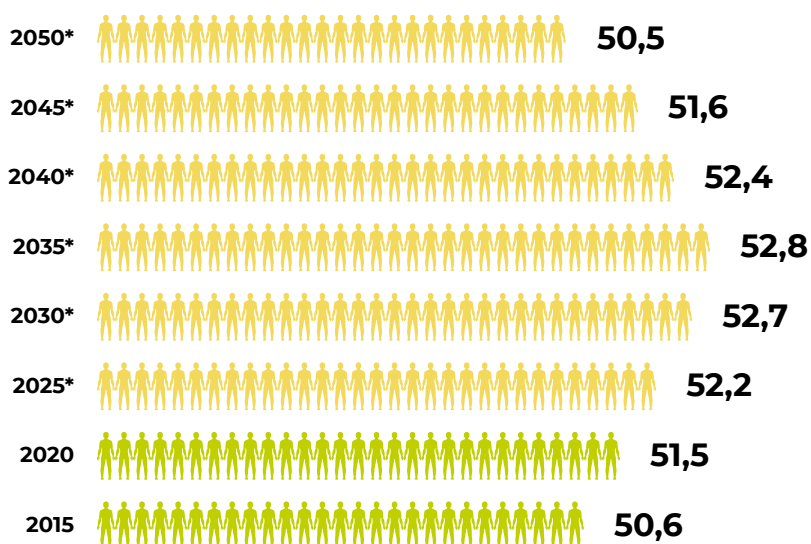
## 1.4. Демографические тенденции

По данным на 2020 г., численность населения Республики Корея составляет 51,5 млн человек. Как и в соседней Японии, население страны стареет: многочисленное поколение беби-бумеров, родившихся после Корейской войны, приближается к пенсионному возрасту.

Согласно данным переписи населения 2019 г., в стране было зафиксировано сокращение численности в возрастных группах 0–14 и 15–64, в то время как в группе 65+ наблюдался рост (данная группа составляет более 15% численности населения страны). При этом средний возраст жителей Кореи — 43,7 лет (в 2018 г. — 43,1)<sup>2</sup>.

Демографический рост пока продолжается, но составляет только 0,2% в год. Согласно прогнозам, с 2040 г. население страны начнет сокращаться.

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



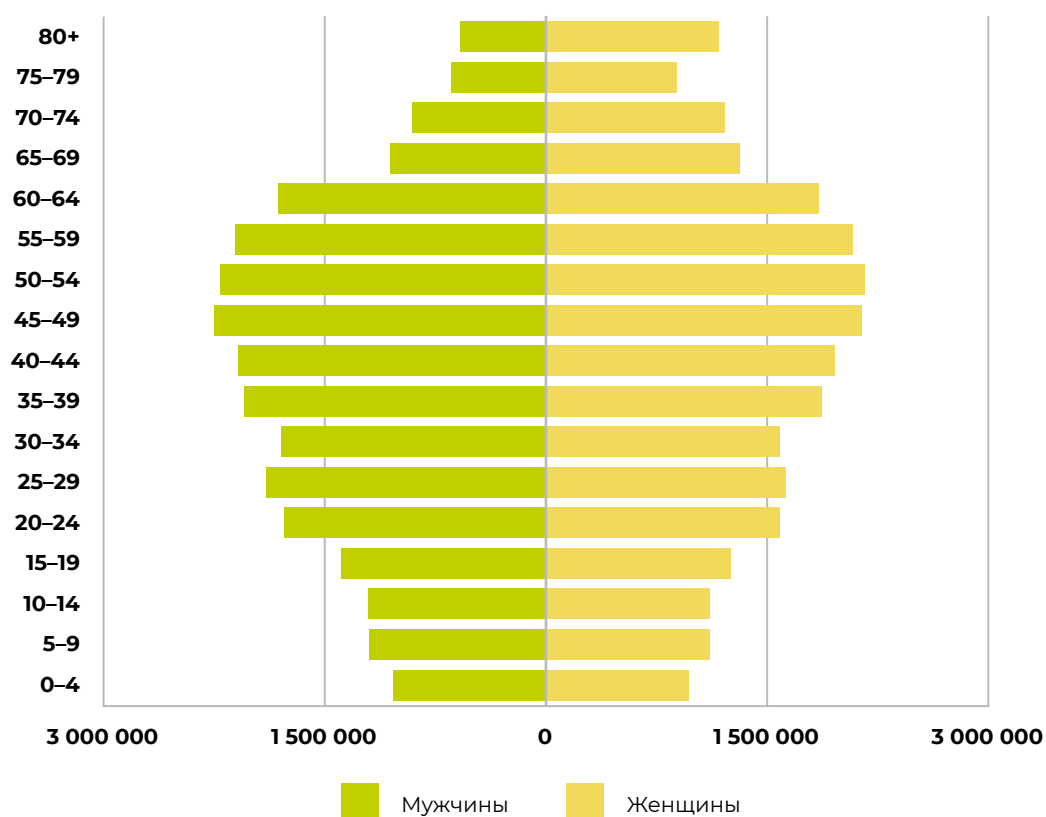
Источник: ООН

Примечание. \*прогноз.

По мере снижения прироста населения расходы на социальное обеспечение граждан по возрасту и сокращение налоговых поступлений будут ограничивать возможности экономического роста и повышения производительности труда.

<sup>2</sup> <https://bit.ly/3y9w5ue>

Рис. 8. Население Республики Корея по полу и возрасту, 2019 г.



Источник: Всемирный банк, МОТ

## 1.5. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Несмотря на старение населения, рост экономики Республики Корея, обусловленный развитием технологий и промышленного производства, скорее всего, продолжится. Страна с населением 51,5 млн человек является крупным импортером продовольствия и, как и Япония, открыта для международного бизнеса. Однако следует учитывать, что более выгодные позиции на рынке Республики Корея имеют экспортеры из стран, присоединившихся к соглашению о Всестороннем региональном экономическом партнерстве (ВРЭП). Кроме того, Республика Корея подписала соглашения о свободной торговле с государствами АСЕАН, Австралией, Канадой, странами Центральной Америки, Чили, Китаем, Колумбией, Индией, Новой Зеландией, Перу, Сингапуром, ЕС, ЕАСТ, США, Турцией и Вьетнамом.

В последние годы темпы роста южнокорейской экономики замедлились из-за сокращения экспорта, от которого страна сильно зависит. В 2020 г. благодаря своевременному введению жестких карантинных ограничений Корея смогла минимизировать спад активности, который наблюдался в других странах ОЭСР. Корея не стала закрывать границы и вводить общенациональный карантин, но применила меры социального дистанцирования. Уменьшилась интенсивность оборота розничной торговли, сократились низкооплачиваемые рабочие места. При этом прогнозировалось, что уровень безработицы снизится до 3,6% в 2021 г. В целом в Республике Корея ожидается такое же быстрое восстановление экономической активности, как и на крупнейших экспортных рынках — в Китае и США.

Рис. 9. Расходы на конечное потребление на душу населения в постоянных ценах 2019 г., 2018–2024 гг., долл. США



Источник: Euromonitor International (платформа Passport)

Примечание. \*прогноз.

По состоянию на конец 2021 г. розничная торговля и общественное питание активно восстанавливаются. Кроме того, улучшение показателей Китая в секторе переработки будет способствовать росту спроса на южнокорейскую продукцию.

Имея достаточно бюджетных средств, правительство принимает масштабные меры поддержки предприятий и потребителей с низкими доходами. Помимо этого, реализуются стратегии «Новый курс цифровизации» для создания цифровых рабочих мест и «Новый курс «зеленой» экономики» для достижения к 2050 г. нулевого уровня выбросов углекислого газа и дальнейшего инвестирования в возобновляемые источники энергии.



## Последствия COVID-19

### Рост спроса на свежие продукты и готовые блюда

В 2022–2024 гг. прогнозируется дальнейший рост продаж свежих и готовых пищевых продуктов. Для развития рынка свежих продуктов основным фактором является увеличение потребления фруктов и мяса, для категории готовых блюд — рост спроса на удобные для домашнего потребления готовые блюда и супы.

Тренд на укрепление здоровья, усилившийся на фоне пандемии, привел к увеличению продаж продуктов для здоровья, таких как спортивное питание, пробиотики и рыбий жир.

Росту продаж фасованных продуктов также способствует увеличение потребления хлебобулочных изделий, которые постепенно включаются в рацион жителей страны в качестве снека.



Обзор рынка

---



2

Содержание

---



## **2.1.**

Объем и динамика рынка

## **2.2.**

Потребительские предпочтения

## **2.3.**

Торгово-распределительная сеть

## **2.4.**

Конкурентная среда  
и участники рынка

## 2.1. Объем и динамика рынка

### Производство

#### Соевые бобы

Соя по итогам 2019/20 маркетингового года (сентябрь 2019 г. — август 2020 г.) занимала 62% в общем объеме производства масличных культур в Республике Корея. По данным USDA, ее производство за указанный период составило 80,9 тыс. тонн. Еще 25% в общем объеме производства масличных культур пришлось на периллу, 8% — на кунжут, 5% — на арахис.

Согласно предварительным оценкам USDA, по итогам 2020/21 маркетингового года объемы производства сои должны были вырасти на 16% относительно предыдущего года и составить 94 тыс. тонн. Рост ожидался, прежде всего, за счет повышения урожайности. Резкое снижение урожайности в 2019/20 г. было вызвано тайфунами и необычно длинным сезоном муссонов, что привело к сокращению количества солнечного света в период выращивания сои (с июля по начало августа).

По результатам общенационального исследования, проведенного Корейским институтом экономики сельского хозяйства среди производителей сои в декабре 2020 г., в 2021/22 г. ожидается лишь незначительное увеличение посевных площадей под сою — всего на 0,2% (до 55,3 тыс. га), что не приведет к заметному повышению объемов производства соевых бобов.

#### Соевое масло

Согласно данным USDA, по итогам 2019/20 г. производство соевого масла выросло на 2,6% по сравнению с предыдущим годом и достигло 196 тыс. тонн (при уровне извлечения масла 19,3%).

Производство соевого масла в 2020/21 г. должно было снизиться на 3,1% — до 190 тыс. тонн. По прогнозам USDA, в 2021/22 г. объем останется тем же — 190 тыс. тонн.

Себестоимость переработки соевых бобов ниже, чем рапса, поэтому компания CJ Corporation, крупнейший корейский переработчик сои, с 2013 г. отдает предпочтение переработке соевых бобов.





Рис. 10. Производство соевого масла в Республике Корея, 2011/12–2021/22 гг.



Источник: USDA, GAIN

Примечание. \*прогноз.

Возможности Южной Кореи по производству сырого соевого масла ограничены, поэтому страна сильно зависит от импорта. Только две компании, CJ Cheiljedang и Sajo Group, обладают мощностями по переработке соевых бобов и импортируют бобы напрямую. Остальные переработчики масла, имеющие свои рафинационные производства, например Lotte Foods, Samyang Corporation, Ottogi Co Ltd, Daekyoung O&T, импортируют соевое масло из США, Аргентины и других стран напрямую, без участия посредников — трейдеров, оптовиков и дистрибьюторов. Ведущие игроки рафинируют соевое масло в основном на собственных мощностях, но часть объема могут отдавать на аутсорсинг предприятиям меньшего масштаба, таким как Youngmi Co Ltd и Jinyuone.

## Потребление

### Соевые бобы

Соя является самой потребляемой масличной культурой в Республике Корея. По оценкам USDA, внутреннее потребление соевых бобов по итогам 2020/21 г. должно было составить 1,39 млн тонн, что на 0,9% меньше аналогичного показателя 2019/20 г.

По итогам 2021/22 г. потребление соевых бобов прогнозируется также на уровне 1,39 млн тонн, из которых 1,0 млн тонн будет направлен на дробление, 340 тыс. тонн — на приготовление продуктов питания (тофу, соевого молока, соевого соуса), а оставшиеся 50 тыс. тонн — на производство кормов для животных.

### Соевое масло

Соевое и пальмовое масла занимают 74% в общем объеме потребления масел в Республике Корея (по итогам 2019/20 г.). Самые большие объемы соевого масла потребляются сектором HoReCa и в рознице. Игроки сектора HoReCa больше доверяют импортной продукции, тогда как соевое масло отечественного производства в основном потребляется в домашних хозяйствах.

Уровень потребления соевого масла в 2019/20 г. составил 580 тыс. тонн, что на 11,5% выше аналогичного показателя предыдущего года. Такой рост в первую очередь обусловлен растущим спросом со стороны пищевой промышленности, а также возобновлением использования соевого масла при производстве биодизеля. Пандемия COVID-19 также спровоцировала повышенный спрос на соевое масло для производства майонеза.

По оценкам USDA, потребление соевого масла в 2021/22 г. достигнет 640 тыс. тонн (на 4,9% выше 2019/20 г.), рост будет тоже связан с увеличением спроса на соевое масло со стороны пищевой промышленности.

Рис. 11. Потребление соевого масла в Республике Корея, 2011/12–2021/22 гг.

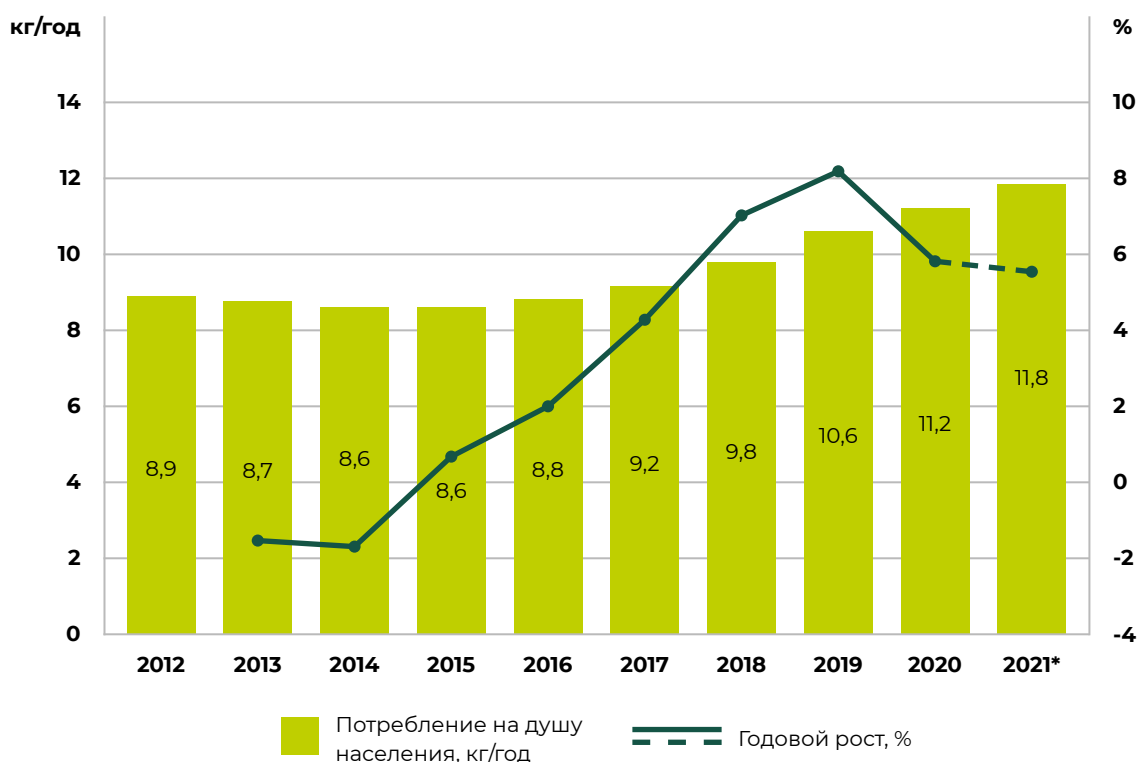


Источник: USDA, GAIN

Примечание. \*прогноз.

Потребление соевого масла в Республике Корея на душу населения росло на протяжении 2015–2020 гг. и в 2020 г. достигло максимального объема — 11,2 кг. По прогнозам USDA, в 2021 г. рост сохранится и составит 11,8 кг на душу населения.

Рис. 12. Потребление соевого масла на душу населения в Республике Корея, 2011/12–2021/22 гг.



Источник: USDA, GAIN

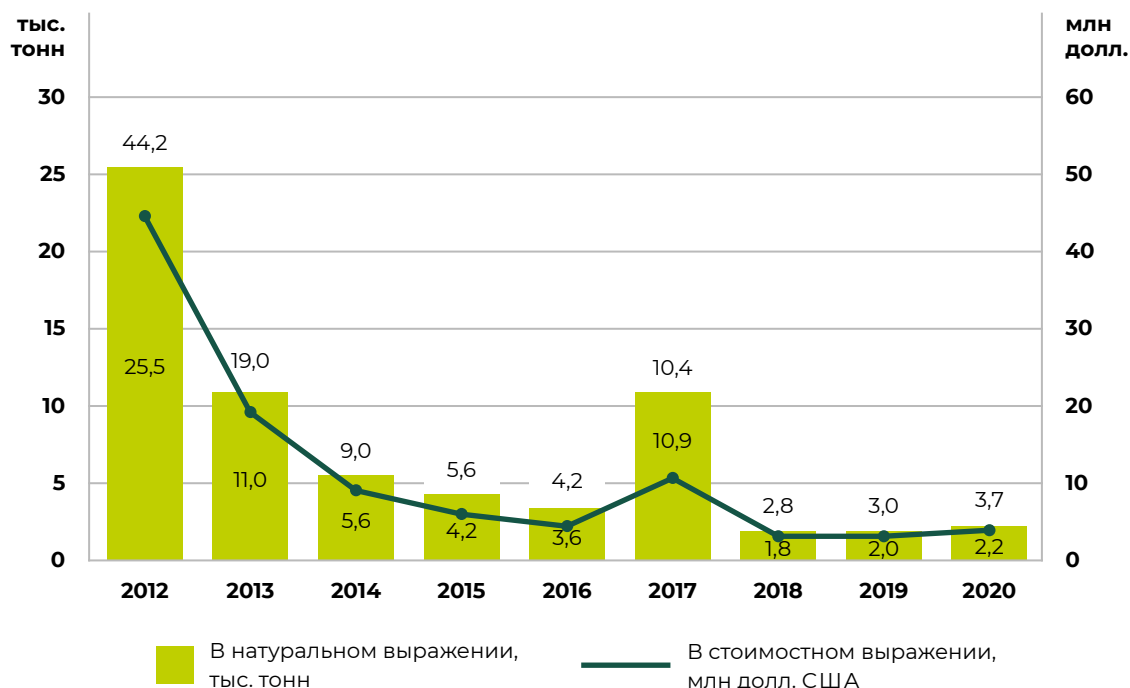
Примечание. \*прогноз.

## Экспорт и импорт

### Экспорт

По итогам 2020 г. Республика Корея занимала 52-е место в структуре мирового экспорта соевого масла. Высокие показатели внутреннего потребления данного продукта, а также текущие объемы производства (по состоянию на 2020 г. отечественное производство обеспечивало потребности страны в соевом масле лишь на 35%) не позволяют стране экспортировать значительные объемы соевого масла. В 2020 г. было экспортировано 2,2 тыс. тонн соевого масла на общую сумму 3,7 млн долл. США, что на 9,3% в натуральном и на 24,0% в стоимостном выражении больше, чем в 2019 г.

Рис. 13. Экспорт соевого масла Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 1507.

Республика Корея экспортирует главным образом рафинированное соевое масло — более 99% от общего объема экспорта соевого масла. По данным ITC Trade Map, основными странами-импортерами южнокорейского соевого масла в 2020 г. были Россия (31,6% импорта в стоимостном выражении), Япония (19,3%), Китай (14,1%), Индонезия (8,7%) и Австралия (7,3%).

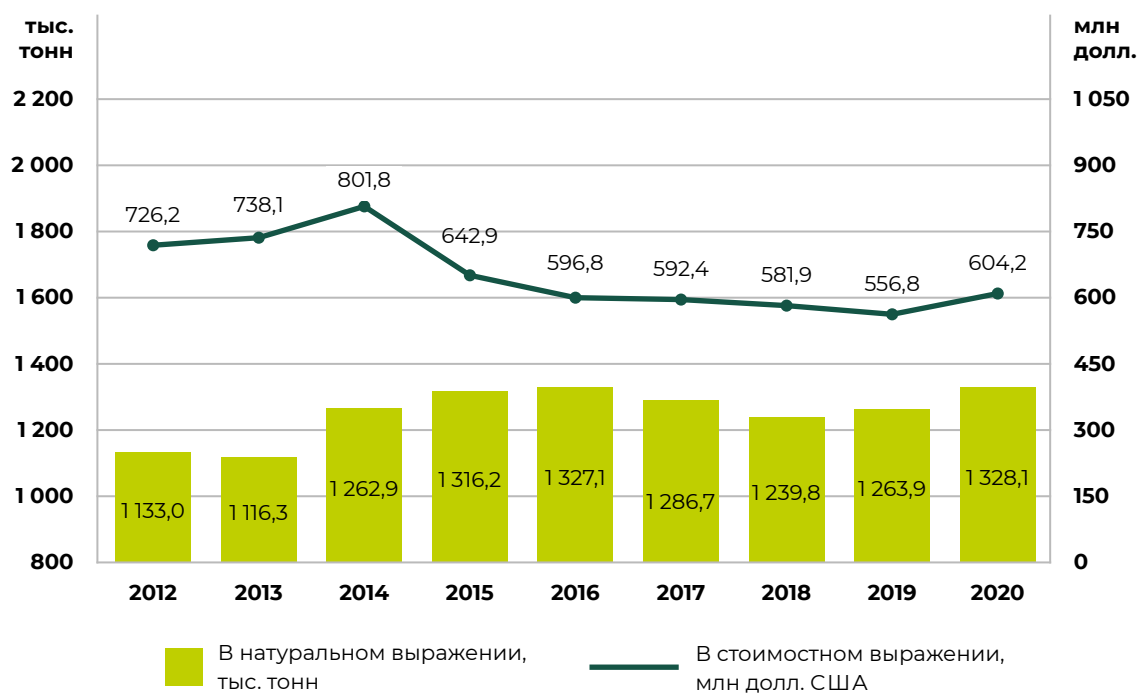
## Импорт

### Соевые бобы

Все соевые бобы, выращенные в стране, идут на производство продуктов питания. Импортное сырье используется в секторе переработки, в том числе в кормовой отрасли.

Согласно данным ITC Trade Map, в 2020 г. Республика Корея импортировала 1 328,1 тыс. тонн соевых бобов на общую сумму 604,2 млн долл. США, что на 5,1% в натуральном и на 8,5% в стоимостном выражении больше, чем в 2019 г.

Рис. 14. Импорт соевых бобов Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 1201.

Крупнейшими поставщиками соевых бобов в Республику Корея в 2020 г. были США и Бразилия, на которые пришлось 48,9 и 46,1% импорта в натуральном и 50,4 и 40,2% в стоимостном выражении соответственно.

Российская Федерация также является экспортером соевых бобов в Республику Корея. По данным ITC Trade Map, Россия в 2020 г. поставила на южнокорейский рынок 9,5 тыс. тонн соевых бобов на сумму 5,3 млн долл. США.



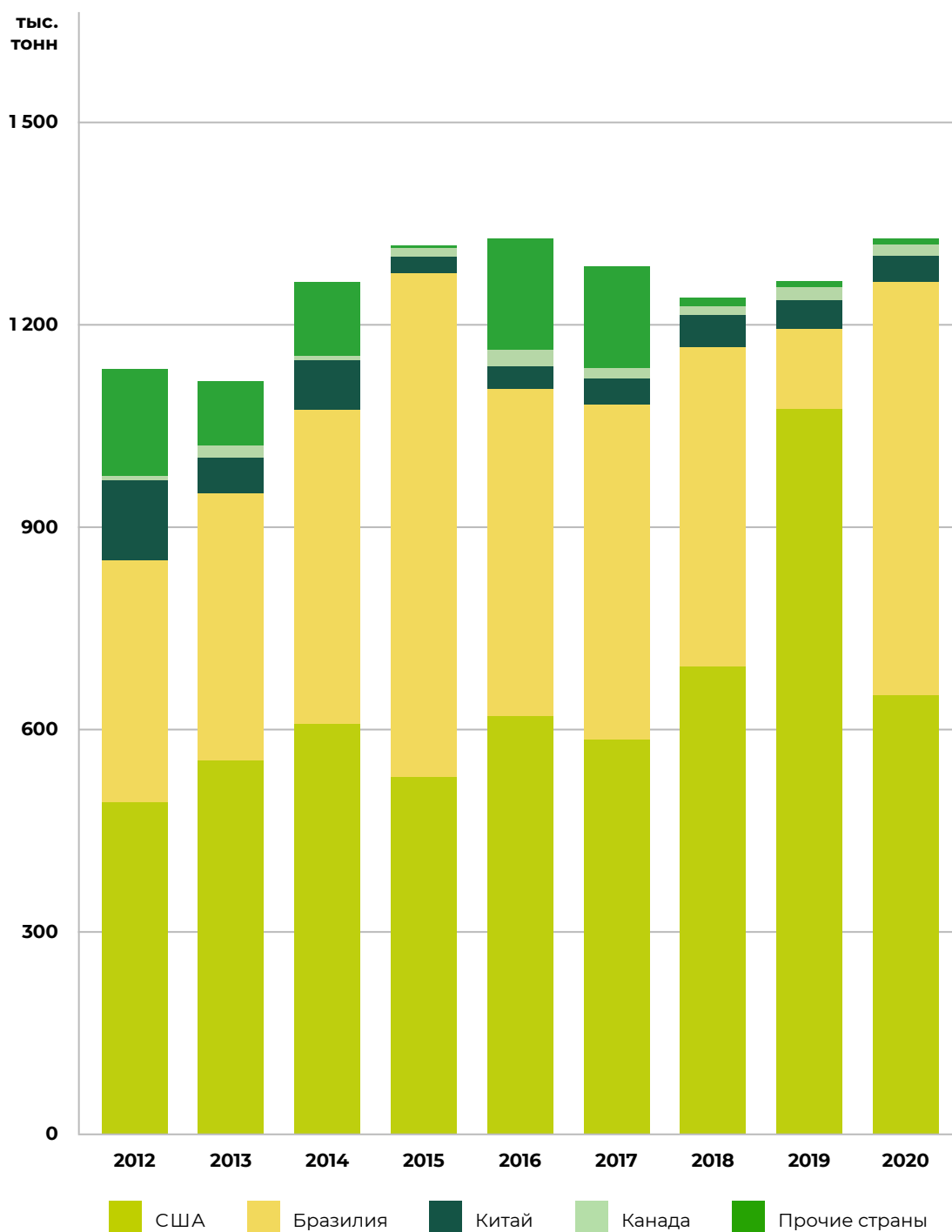
Табл. 4. Структура импорта соевых бобов Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	491,4	553,1	608,1	529,6	620,0	584,6	693,4	1 074,4	649,9	48,9
2	Бразилия	358,8	396,9	465,5	745,8	483,7	495,9	472,3	118,5	612,6	46,1
3	Китай	118,0	52,1	72,4	24,4	34,1	39,0	48,7	43,6	39,3	3,0
4	Канада	7,5	18,4	6,5	13,3	24,2	15,2	12,5	18,8	16,1	1,2
	Прочие страны	157,3	95,8	110,4	3,1	165,1	151,9	12,9	8,5	10,2	0,8
	<b>Итого</b>	<b>1 133,0</b>	<b>1 116,3</b>	<b>1 262,9</b>	<b>1 316,2</b>	<b>1 327,1</b>	<b>1 286,7</b>	<b>1 239,8</b>	<b>1 263,9</b>	<b>1 328,1</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Рис. 15. Структура импорта соевых бобов Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Табл. 5. Структура импорта соевых бобов Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

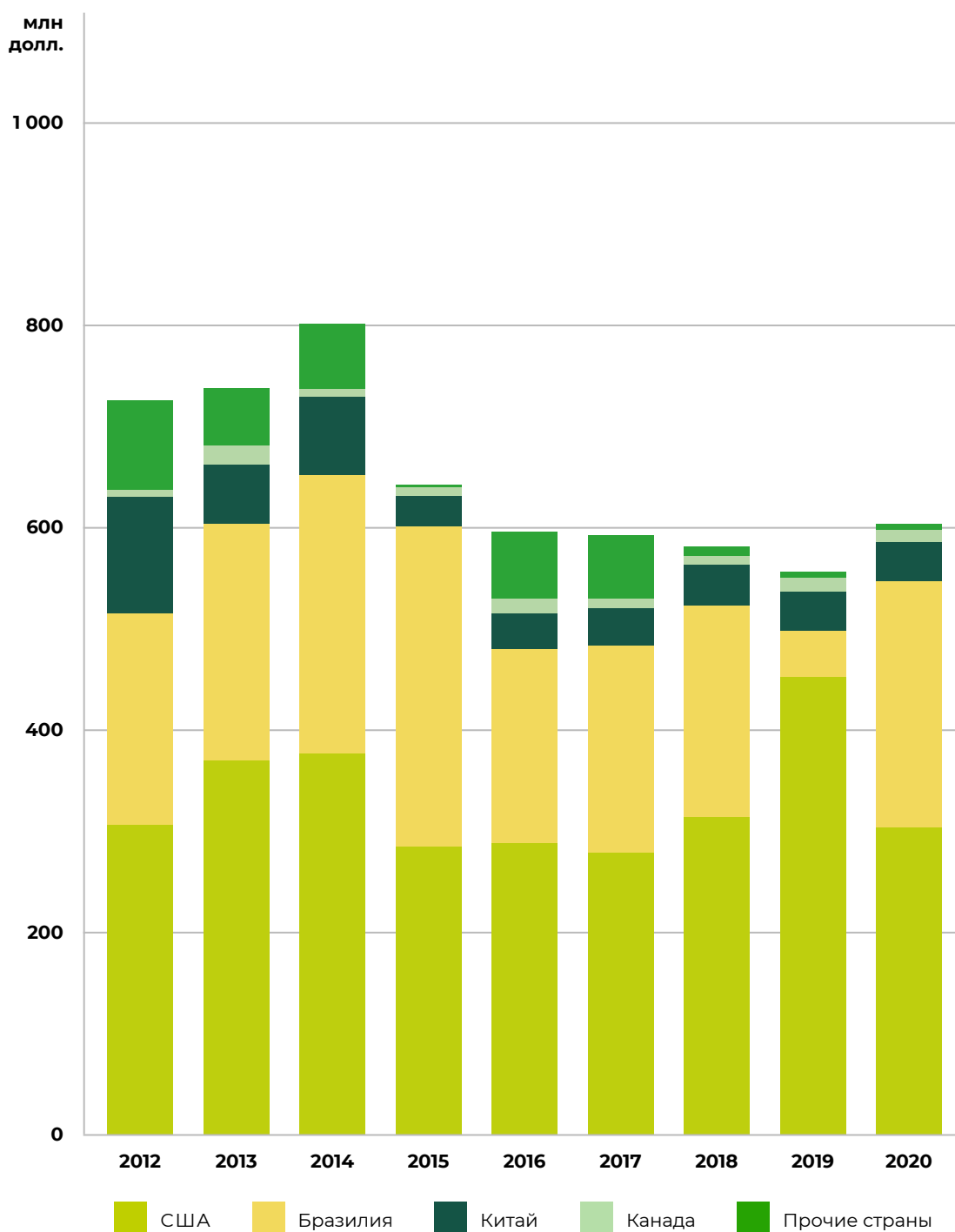
№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	306,7	370,4	377,4	285,4	288,5	279,4	314,7	452,6	304,2	50,4
2	Бразилия	208,9	233,7	275,2	316,4	191,7	204,2	208,8	45,3	243,1	40,2
3	Китай	114,7	58,5	77,4	29,3	34,9	36,6	39,9	39,5	38,9	6,4
4	Канада	7,7	18,4	7,7	9,4	14,7	9,8	8,7	13,0	11,9	2,0
	Прочие страны	88,2	57,2	64,2	2,4	67,0	62,5	9,9	6,5	6,0	1,0
	<b>Итого</b>	<b>726,2</b>	<b>738,1</b>	<b>801,8</b>	<b>642,9</b>	<b>596,8</b>	<b>592,4</b>	<b>581,9</b>	<b>556,8</b>	<b>604,2</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map





Рис. 16. Структура импорта соевых бобов Республики Корея по странам в стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

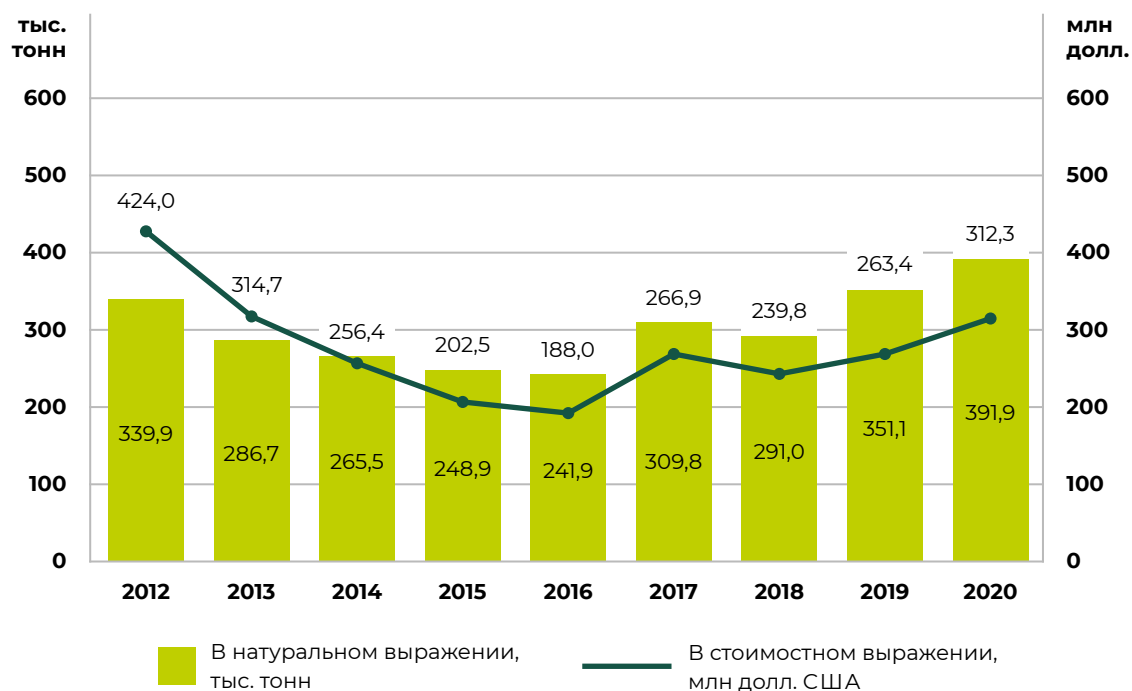


Источник: ITC Trade Map

### Соевое масло (сырое и рафинированное)

За последние несколько лет показатели импорта соевого масла выросли. В 2020 г. импорт превысил максимальное значение за период 2012–2020 гг. в натуральном выражении и достиг 391,9 тыс. тонн, что на 11,6% больше, чем в 2019 г. В стоимостном выражении в 2020 г. импорт также продемонстрировал рост на 18,6% относительно 2019 г. и составил 312,3 млн долл. США.

Рис. 17. Импорт соевого масла Республики Корея в натуральном и стоимостном выражении, 2012–2020 гг.

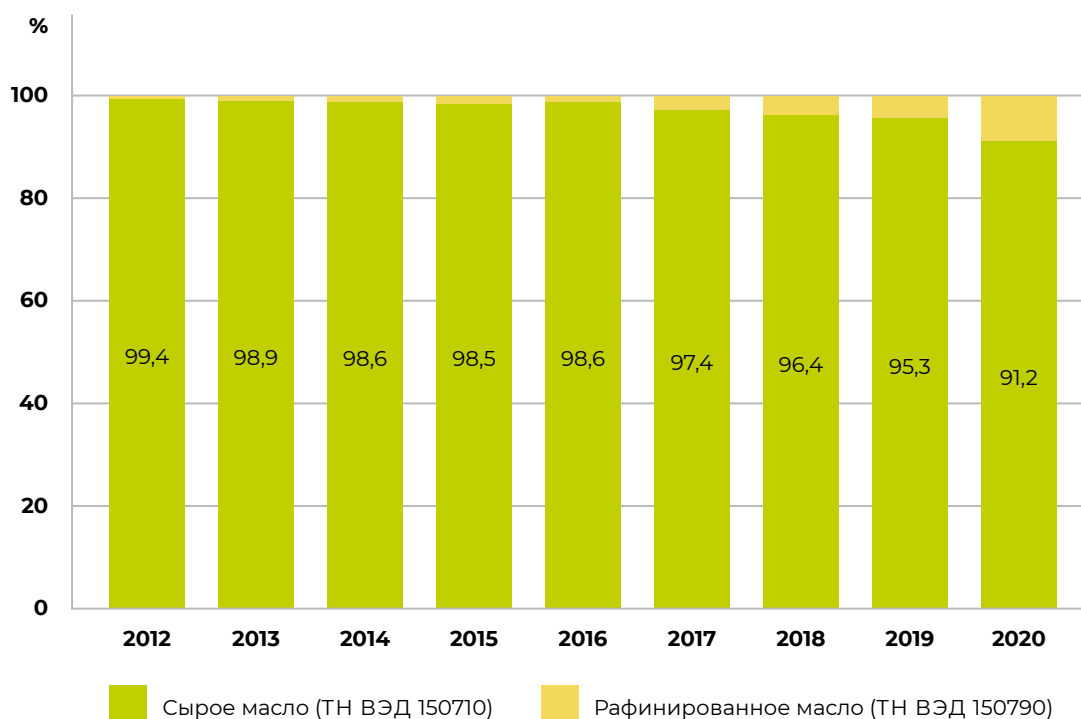


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Рассчитано по коду ТН ВЭД 1507.

В структуре импорта соевого масла преобладает сырое масло, доля которого не опускалась ниже 90% с 2012 г. Тем не менее с 2016 г. доля рафинированного масла стала расти и в 2020 г. составила 8,8% (в 2016 г. — 1,4%).

Рис. 18. Структура импорта соевого масла Республики Корея в натуральном выражении, 2012–2020 гг., %



Источник: ITC Trade Map

Самым крупным поставщиком соевого масла в Республику Корея в 2020 г. были США: на их долю пришлось 89,9% импорта в натуральном выражении (в 2012 г. — 1,5%). Рост доли США напрямую связан с сокращением экспорта соевого масла из Аргентины, доля которой упала с 79,9% в 2012 г. до 8,4% в 2020 г.

Во-первых, из-за засухи в Аргентине содержание масла в аргентинских соевых бобах снизилось. Во-вторых, корейские конечные потребители предпочитают масло светло-желтого цвета, тогда как масло аргентинского производства имеет красный оттенок. Кроме того, важным фактором является снижение импортных пошлин на поставки соевого масла из США в Республику Корея на протяжении последних 10 лет в рамках Соглашения о свободной торговле между двумя странами.



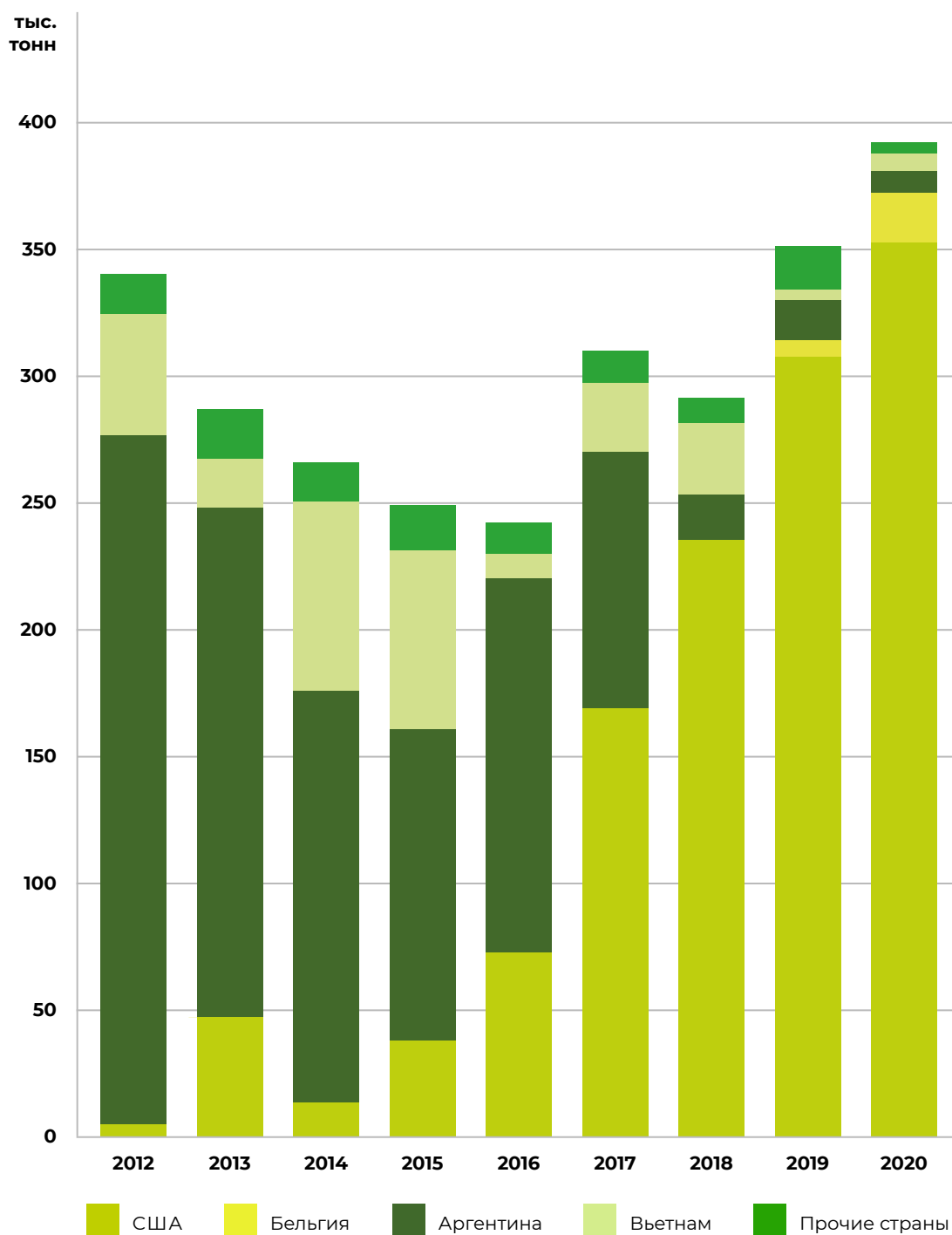
Табл. 6. Структура импорта соевого масла Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	5,1	47,1	13,5	38,1	72,6	168,9	235,0	307,3	352,2	89,9
2	Бельгия	—	—	—	0,02	0,02	—	0,0	6,4	19,7	5,0
3	Аргентина	271,1	200,7	162,4	122,4	147,3	101,0	18,0	15,9	8,4	2,1
4	Вьетнам	47,9	19,4	74,5	70,4	9,8	27,1	28,0	4,0	7,0	1,8
	Прочие страны	15,7	19,5	15,2	17,9	12,2	12,8	10,0	17,4	4,6	1,2
	<b>Итого</b>	<b>339,9</b>	<b>286,7</b>	<b>265,5</b>	<b>248,9</b>	<b>241,9</b>	<b>309,8</b>	<b>291,0</b>	<b>351,1</b>	<b>391,9</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Рис. 19. Структура импорта соевого масла Республики Корея по странам в натуральном выражении, 2012–2020 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

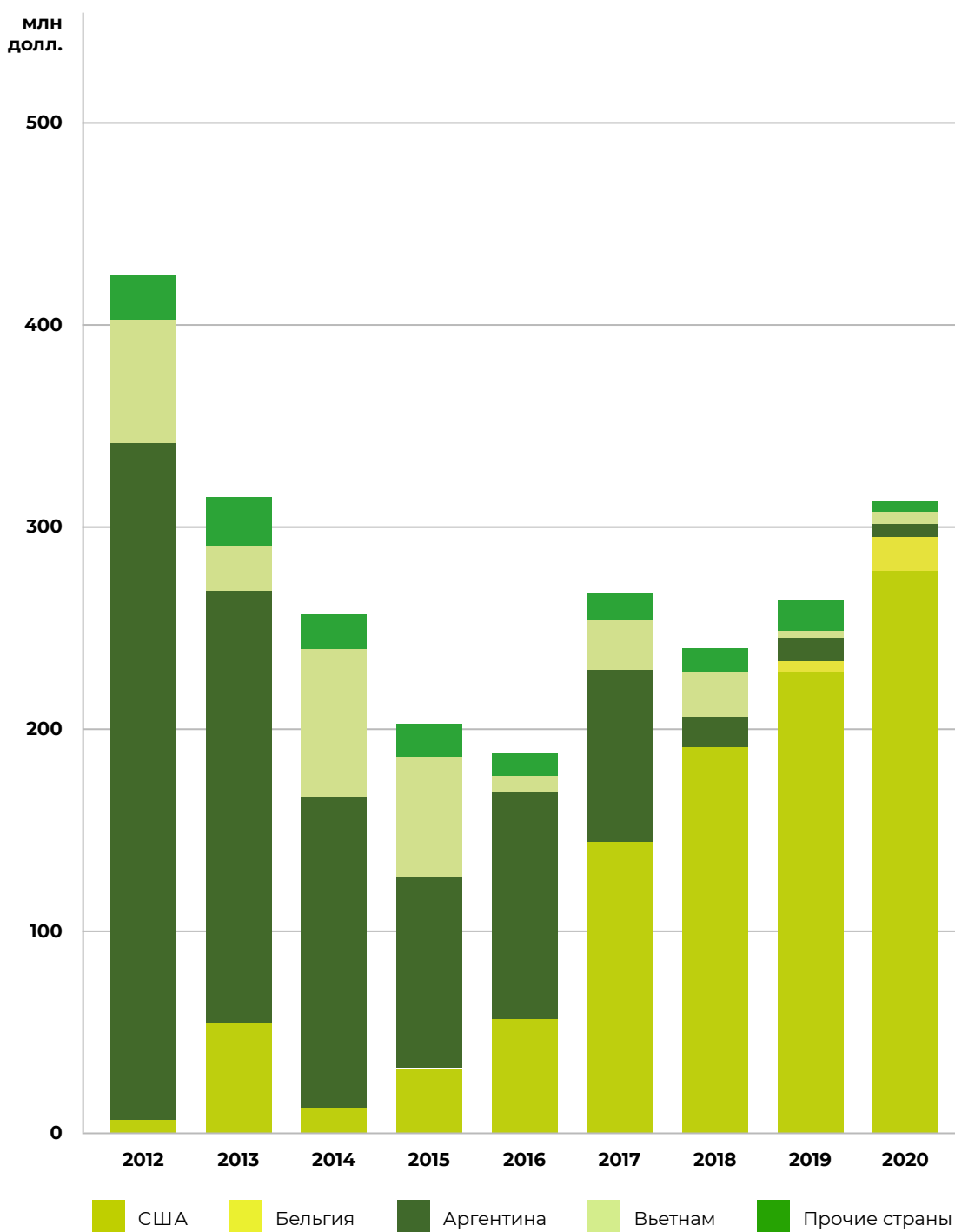
Табл. 7. Структура импорта соевого масла Республики Корея по странам стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США

№	Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Доля, % 2020
1	США	6,7	54,9	12,5	32,2	56,7	144,3	191,0	228,3	278,3	89,1
2	Бельгия	—	—	—	0,04	0,03	—	0,0	5,3	16,5	5,3
3	Аргентина	334,7	213,5	153,8	94,5	112,4	84,8	14,7	11,5	6,8	2,2
4	Вьетнам	61,0	21,8	73,1	59,3	7,4	24,5	23,0	3,2	5,9	1,9
	Прочие страны	21,6	24,5	17,1	16,4	11,5	13,3	11,2	15,1	4,9	1,6
	<b>Итого</b>	<b>424,0</b>	<b>314,7</b>	<b>256,4</b>	<b>202,5</b>	<b>188,0</b>	<b>266,9</b>	<b>239,8</b>	<b>263,4</b>	<b>312,3</b>	<b>100,0</b>

Источник: ITC Trade Map



Рис. 20. Структура импорта соевого масла Республики Корея по странам стоимостном выражении, 2012–2020 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Средняя импортная цена сырого соевого масла в 2020 г. составила 789 долл. США за тонну, что на 6,5% больше, чем в 2019 г. Наиболее конкурентоспособными по ценам были поставки из США. Самым дорогим оказалось масло из Вьетнама и Аргентины.

Табл. 8. Средняя импортная цена сырого соевого масла (код ТН ВЭД 150710) по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>1 243</b>	<b>1 091</b>	<b>957</b>	<b>804</b>	<b>767</b>	<b>853</b>	<b>812</b>	<b>741</b>	<b>789</b>	—
Вьетнам	1 273	1 122	981	843	756	906	820	799	836	6,0
Аргентина	1 234	1 063	946	772	763	839	814	727	802	1,6
США	1 284	1 163	901	834	772	851	811	741	788	-0,1

Источник: ITC Trade Map

Основными поставщиками рафинированного соевого масла в Республику Корея являлись Бельгия, США и Нидерланды. Средняя импортная цена рафинированного соевого масла в 2020 г. составила 878 долл. США за тонну, что на 7,5% меньше, чем в 2019 г. Самые низкие цены были на масло из Бельгии и США.

Табл. 9. Средняя импортная цена рафинированного соевого масла (код ТН ВЭД 150790) по странам-экспортерам, 2012–2020 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Отклонение от средней цены в 2020 г., %
<b>Средняя цена</b>	<b>2 134</b>	<b>1 621</b>	<b>1 610</b>	<b>1 460</b>	<b>1 472</b>	<b>1 185</b>	<b>1 132</b>	<b>949</b>	<b>878</b>	—
Нидерланды	3 970	3 975	4 318	3 066	2 515	2 891	3 393	949	878	0,0
США	2 109	2 064	1 557	1 347	1 261	1 323	1 346	1 105	866	-1,4
Бельгия	—	—	—	1 870	1 364	—	1 500	823	840	-4,3

Источник: ITC Trade Map



Табл. 10. Основные страны-экспортеры соевого масла на рынок Республики Корея в 2020 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в натуральном выражении, %	Общая характеристика
1	США	89,9	<ul style="list-style-type: none"> <li>США занимают второе место среди мировых экспортеров соевого масла с долей рынка 9,9%.</li> <li>Между США и Республикой Корея подписано Соглашение о свободной торговле, которое вступило в силу в марте 2012 г., в сентябре 2018 г. была подписана новая редакция данного соглашения</li> </ul>

Источник: ITC Trade Map, открытые источники, оценки отраслевых экспертов

## 2.2. Потребительские предпочтения

Популярные продукты питания в Южной Корее — жареная курица, HMR-продукция и хлебобулочные изделия, для производства которых используется в основном соевое масло.

Жареная во фритюре курица — популярное блюдо в ресторанах быстрого питания и самый востребованный продукт для доставки на дом. Согласно южнокорейским исследованиям трендов в категории «еда навынос», в течение последних пяти лет жареная курица постоянно занимала первое место в рейтинге самых популярных блюд, доставляемых на дом. Это объясняет, почему рестораны, специализирующиеся на жареной курице, возглавляют список потребителей соевого масла в исследовании Совета по экспорту сои США Soy Oil Master Guidebook 2021.

Категория HMR-продукции в последние пять лет также активно росла. Розничные продажи готовых к употреблению блюд, полуфабрикатов и еды быстрого приготовления в Южной Корее резко увеличились в связи с ростом числа домохозяйств из одного человека, а с 2020 г. — также из-за пандемии COVID-19, в условиях которой жителям страны пришлось питаться в основном дома. В общем объеме растительных масел, используемых для производства HMR-продукции, доля соевого масла составляет около 70–80%.

Хлебобулочные изделия — также популярная категория продуктов питания в Южной Корее. Согласно данным Корпорации по продаже сельскохозяйственной, рыбной и продовольственной продукции Республики Корея (Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation), из общего объема растительных масел, используемых в хлебобулочной промышленности, около 58% приходится на соевое.

### **Соевое масло пользуется спросом благодаря доступной цене, а более дорогие масла воспринимаются как более полезные для здоровья**

Соевое масло — одно из двух пищевых масел, пользующихся наибольшим спросом в секторе розничной торговли: в 2016–2019 гг. доля соевого масла в общей структуре розничного потребления растительных масел составляла 34–37%, уступая только рапсовому маслу, на которое приходилось 37–40%. В 2020 г. продажи соевого масла стали расти и приблизились к продажам рапсового. Это связано с тем, что в условиях пандемии увеличилась доля домашнего приготовления еды, а снижение доходов населения вызвало рост продаж соевого масла как более доступного по цене.

В то же время в Южной Корее растет популярность более дорогих растительных масел, в частности оливкового и подсолнечного. Спрос увеличивается со стороны как розничных потребителей, так и предприятий общественного питания, хотя доля последних пока незначительна. Потребители все больше воспринимают такие масла как полезные для здоровья, в частности из-за их способности снижать уровень холестерина. Кроме того, эти масла используют не только для жарки, но также для заправки салатов и приготовления спагетти.

Исследование рынка пищевых продуктов, проведенное в 2017 г. Министерством сельского хозяйства, пищевых продуктов и сельских дел Республики Корея, показало, что набор пищевых масел — популярный подарок на праздники, к примеру на Новый год и Чхусок<sup>3</sup>, причем предпочтения покупателей смещаются с соевого масла на более дорогие варианты — оливковое, рапсовое, масло авокадо, к которым с недавних пор присоединилось и трюфельное. В секторе общественного питания наблюдается похожий тренд. Так, в октябре 2020 г. южнокорейский McDonald's публично объявил, что в своих заведениях по всей территории страны будет использовать для жарки подсолнечное масло вместо фритюрной смеси из пальмового и соевого масел.

### **Новая маркетинговая политика в отношении соевого масла**

В связи с ростом популярности дорогих масел производители стараются повысить престиж соевого масла и приблизить его к премиальному сегменту, разрабатывая новые продукты, меняя упаковку и проводя маркетинговые мероприятия.

Из-за растущего негативного отношения потребителей к насыщенным жирам и трансжирам производители соевого масла стали позиционировать его как здоровый, полезный, натуральный, аутентичный продукт, добавляя на этикетках привлекательные характеристики — «чистое», «свежее», «отечественного производства из 100% соевых бобов». Для сектора общественного питания

---

<sup>3</sup> Чхусок (Чусок) — очень важный в корейской культуре традиционный семейный праздник, посвященный сбору урожая, поминовению предков, общению с родственниками. В этот день вся семья обычно собирается за праздничным столом. Лучшим подарком считаются пищевые продукты.

компания Lotte Food создала в 2019 г. высокоолеиновое соевое масло, исходя из полезных свойств олеиновой кислоты, которая способствует снижению уровня холестерина и уменьшает риск сердечно-сосудистых заболеваний. Продукт был разработан совместно с американской агропромышленной компанией Bunge Ltd., поставщиком рафинированного высокоолеинового соевого масла.

Высокоолеиновое соевое масло обладает высокой устойчивостью к окислению и сильному нагреву, что позволяет лучше сохранять полезные вещества пищевых ингредиентов в процессе приготовления. Компания Lotte активно продвигала эти преимущества среди пекарен и ресторанов, специализирующихся на жареной курице, которые используют много масла для фритюра. В 2020 г. Lotte расширила линейку новым продуктом Premium Soybean Oil 3.0, представляющим собой смесь обычного соевого масла и высокоолеинового в пропорции 7:3. Такое сочетание позволило добиться приемлемой цены, сохранив при этом преимущества «более полезного» высокоолеинового масла. Продукт предназначен для ресторанов, специализирующихся на жареной курице, пекарен, сетевых франчайзинговых заведений, оптовиков, поэтому выпускается в крупной металлической таре объемом 18 литров.

Стремление к премиальному позиционированию также проявляется в упаковке. Независимые производители переходят от пластиковых емкостей к стеклянным бутылкам. Стекло воспринимается как более гигиеничная тара, поскольку лучше сохраняет вкус и запах продукта. Стеклянные бутылки обычно имеют



малый и средний объем. Такую тару используют также производители органических и веганских продуктов. К примеру, Beant, корейский производитель растительных продуктов, производит и продает Beant Organic Cold Pressed Soybean Oil, подчеркивая, что это масло холодного отжима без ГМО, произведенное из «100% органических бобов, импортированных из России, где действуют строгие ограничения на использование ГМО в целях обеспечения безопасности пищевых продуктов».

## 2.3. Торгово-распределительная сеть

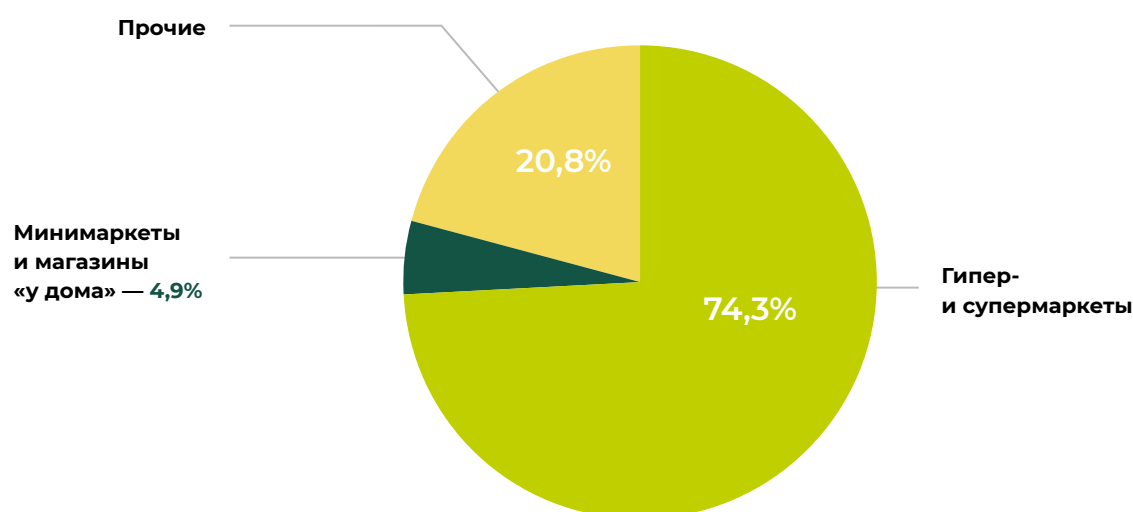
### Розничная торговля

В период 2016–2020 гг. на розницу приходилось в среднем около 10% от общего объема потребления рафинированного соевого масла. В 2016 г. эта доля составляла 13,8%, но в последующие годы снизилась, поскольку сектор общественного питания и пищевая промышленность значительно нарастили потребление соевого масла. Ожидается, что к 2026 г. доля его розничных продаж продолжит снижение до 7,1%, поскольку потребители будут выбирать более дорогие масла, такие как оливковое, кокосовое и масло авокадо. Кроме того, ожидаемое восстановление потребления растительных масел в секторе общественного питания после ослабления карантинных ограничений и развитие пищевой промышленности также приведут к сокращению доли розничных продаж соевого масла.

В розничном секторе более 70% продаж соевого масла обеспечивают гипер- и супермаркеты. Последние 5 лет их доля стала уменьшаться за счет развития малых форматов розницы. Потребители все больше отдают предпочтение удобству, чем скидкам и низким ценам, поэтому переключаются на покупки, в том числе соевого масла, в небольших магазинах, расположенных в жилых районах. Значительно растут продажи электронной коммерции, особенно с 2020 г. в связи с продолжающейся пандемией. Онлайн-покупки привлекают не только молодое поколение, но даже не столь искушенных в технике людей более старшего возраста. Продажи независимых магазинов малых форматов немного выросли после того, как правительство обязало крупных ритейлеров два воскресенья в месяц не работать. Эта мера, направленная на поддержку малого розничного бизнеса, несколько диверсифицировала покупательский трафик в пользу традиционных рынков и небольших семейных магазинов.



Рис. 21. Розничные продажи соевого масла в Республике Корея по каналам, 2020 г., %



Источник: Euromonitor International

Примечание. К прочим каналам относятся дискаунтеры, специализированные продовольственные магазины (например, магазины продуктов здорового питания, импортных, органических продуктов и т.д.), электронные торговые площадки.

Большая часть рафинированного соевого масла, реализуемого в рознице, произведена в Южной Корее. В офлайн- и онлайн-магазинах представлены в основном три отечественных бренда: Наеру (Sajo Group), Beksul (CJ Cheiljedang) и Ottogi (Ottogi Co Ltd). Ритейлеры часто покупают соевое масло напрямую у производителей, поскольку ведущие производители, такие как Sajo, CJ, Ottogi, которым принадлежат ключевые бренды, имеют собственные хорошо налаженные системы дистрибуции. Импортные бренды соевого масла в рознице практически отсутствуют. Нишевая электронная торговая площадка премиум-класса [Market Kurly](#) продает органическое соевое масло Jules Brochenine производства Франции по цене 8,8 долл. США за литровую бутылку. Основные ритейлеры, E-Mart, Homeplus и Lotte Mart, не предлагают импортное соевое масло.

Покупатели воспринимают соевое масло как бюджетный вариант. Чтобы изменить такое отношение к продукту и приблизить его к премиальному сегменту, бренды стараются делать упор на полезные свойства, аутентичность, чистоту и высокое качество своей продукции. К примеру, Sajo и CJ, которые производят масло из импортных соевых бобов, а не из сырого соевого масла, выносят на этикетку слоган «произведено в Республике Корея из 100% соевых бобов». Рафинированное масло, произведенное корейскими предприятиями из импортного сырого соевого масла, маркируется как «чистое и свежее соевое масло».

Средняя розничная цена рафинированного соевого масла в 2020 г. составляла около 2,8 долл. США/кг. Наиболее популярные форматы упаковки — ПЭТ-бутылки объемом 500 и 900 мл, а также ПНД-бутылки объемом 1,8 л, которые являются самыми крупными среди потребительской тары. На электронных площадках масло предлагается, кроме того, в 18-литровых металлических емкостях, рассчитанных на оптовые закупки в сегменте B2B.

### Гипер- и супермаркеты

Гипер- и супермаркеты популярны среди потребителей благодаря удобному расположению и широкому ассортименту продукции, в том числе бакалеи. Хотя количество гипермаркетов меньше, чем супермаркетов, они часто расположены в городской черте, близко к спальным районам. Многие гипермаркеты имеют свои крупные онлайн-платформы.

### Ассортимент и цены

- На полках представлены только отечественные бренды, среди которых доминируют Beksul (CJ Cheiljedang), Haeryo (Sajo Group) и Ottogi (Ottogi Co Ltd). Фасованное масло импортных брендов в офлайн-магазинах не продается.
- Наиболее распространенные форматы упаковок — ПЭТ-бутылки объемом 500 и 900 мл, а также ПНД-бутылки объемом 1,8 л.
- Средняя цена бутылки 500 мл составляет 2,3 долл. США, 900 мл — 3,4 долл. США, 1,8 л — 5,6 долл. США.

### Маркетинг

- Акция 1+1 («две упаковки по цене одной») — самый распространенный вид промоакций для соевого масла.
- Промоакции обычно проводятся в дни основных праздников, таких как Новый год и Чхусок, когда потребление соевого масла существенно увеличивается в связи с приготовлением традиционных угощений, включая чон (корейские обжаренные оладьи из овощей/грибов/рубленого мяса или рыбного филе).

### Ведущие игроки

- **E-Mart** — самый крупный продуктовый ритейлер в Южной Корее; имеет 158 магазинов, а также магазины-склады Traders (по типу Metro Cash&Carry), онлайн-магазины SSG, дискаунтеры No Brand.
- **Homeplus** — вторая по размеру розничная сеть в Южной Корее (138 торговых точек); предлагает широкий ассортимент товаров (включая продукты питания) с возможностью обмена и возврата, а также покупки через интернет.

- **Lotte Mart** — ведущая розничная сеть в Южной Корее (112 гипермаркетов в стране по состоянию на август 2021 г.). Принадлежит компании Lotte Shopping, которая входит в конгломерат (чеболь) Lotte Group. В 2017 г. компания создала специальное подразделение по международной торговле.
- **Lotte Super** — ведущая сеть супермаркетов в Южной Корее, которая тоже принадлежит компании Lotte Shopping. Сеть насчитывает 342 торговые точки (по состоянию на 2020 г.).
- **GS Fresh Mall** (прежнее название GS Supermarket) — сеть, принадлежащая GS Retail Co Ltd. Управляет 324 супермаркетами и сотрудничает с крупнейшей южнокорейской интернет-компанией Naver Corp., оператором маркетплейса по продаже продуктов питания.
- **Homeplus Express** — сеть, насчитывающая 325 супермаркетов (по состоянию на 2020 г.). Также реализует продукцию с помощью онлайн-площадки Naver Corp. Кроме того, несколько точек Homeplus Express запустили приложение Yogiyo от Delivery Hero Korea для доставки продуктов питания в течение часа в радиусе 1,5 км с 11:00 до 22:00.

### Минимаркеты и магазины «у дома»

Доля магазинов этого формата в продажах соевого масла незначительна. В них представлен небольшой ассортимент соевого масла, рассчитанный в основном на покупателей, которым понадобилось срочно купить этот продукт в часы, когда гипер- и супермаркеты закрыты.

### Ассортимент и цены

- Масло обычно продается в ПЭТ-бутылках объемом 500 и 900 мл; упаковки 1,8 л в ассортименте, как правило, не представлены.
- Соевое масло в магазинах этого формата стоит примерно на 10% дороже, чем в супер- и гипермаркетах. Средняя цена упаковки 500 мл — 2,5 долл. США, 900 мл — 3,5 долл. США.

### Маркетинг

- В магазинах этого формата промомероприятия проводятся редко. Наиболее распространенный тип акций на ходовые товары в больших упаковках, например на мороженое и напитки, — 2+1 («при покупке двух единиц товара одна в подарок»).
- Обычно такие торговые точки держат незначительный запас соевого масла — 5 или менее упаковок для покупателей, которым оно может срочно понадобиться, и не включают соевое масло в продуктовые наборы, продающиеся со скидкой.

## Ведущие игроки

- **GS25** имеет около 14,5 тыс. торговых точек в стране.
- **CU** работает круглосуточно и имеет около 15 тыс. торговых точек в Южной Корее.
- **7-Eleven** — крупнейшая международная сеть, которая имеет в Южной Корее 71 тыс. магазинов.

## Сектор общественного питания

В 2016–2020 гг. на предприятия общественного питания пришлось около 69% потребления рафинированного соевого масла в стране. Из-за карантинных ограничений эта доля снизилась до 59,4%, но все равно остается намного выше, чем у розничной торговли и пищевой промышленности. К 2026 г. доля сектора общественного питания сохранится на уровне около 60%. Она останется ниже доковидных 69% в связи с увеличением спроса на соевое масло в пищевой промышленности и биодизельном секторе. При этом объем потребления соевого масла в секторе общепита в период 2021–2026 гг. покажет уверенный совокупный среднегодовой темп роста 7,1%, поскольку ожидается, что после постепенного снятия карантинных ограничений жители страны снова будут питаться вне дома так же часто, как до пандемии.

Значительная часть этого объема приходится на отели, рестораны, кейтеринговые сервисы и пищевые производства. Доля ресторанов, специализирующихся на жареной курице, составляет примерно половину от общего объема потребления рафинированного соевого масла в секторе общественного питания. Южную Корею иногда называют «куриной республикой» из-за особой популярности и масштабов потребления жареной курицы. К примеру, сеть KFC управляет около 25 тыс. ресторанов по всему миру, а только одна Южная Корея имеет столько же точек по франшизе (более 25 тыс. заведений). Если добавить независимые торговые точки, продающие жареную курицу, то цифра станет еще больше, что и позволяет считать такие рестораны основными потребителями рафинированного соевого масла в стране.

Крупные операторы сектора общественного питания, такие как сети ресторанов, работающие по франшизе, и кейтеринговые компании, покупают соевое масло напрямую у южнокорейских рафинаторов. Предприятия общепита меньшего формата в силу более скромных объемов потребления покупают масло у оптовиков или в фуд-маркетах. Большинство предприятий общественного питания используют соевое масло, произведенное или рафинированное в Южной Корее, и редко — импортное рафинированное масло.

Сектор общественного питания снабжают своей продукцией все ведущие отечественные производители рафинированного соевого масла — CJ Cheiljedang (бренд Beksul), Sajo Group (бренд Haeryu), Ottogi Co Ltd (бренд Ottogi),



Lotte Foods (бренды Betera и Delga), Daesang Corporation (бренд Chef One) и Dongwon F&B (с одноименным брендом). В 2020 г. средняя закупочная цена рафинированного масла на B2B рынке составляла около 1,3–2,0 долл. США/кг.

### Рестораны быстрого питания

Рестораны быстрого питания используют рафинированное соевое масло южнокорейских производителей, таких как CJ Cheiljedang, Sajo Group, Ottogi Co Ltd, Lotte Foods и Daesang Corporation. Оно чаще всего закупается в 18-литровых металлических емкостях по цене 18 долл. США. Однако в 2021 г. цена поднималась до 45 долл. США за одну емкость из-за дефицита предложения. Нехватка масла была вызвана нарушением цепочки импортных поставок из-за пандемии COVID-19 и ростом спроса в биодизельном секторе.

### Ведущие игроки

- **Genesis Co Ltd** — один из ведущих игроков среди ресторанов быстрого питания в Южной Корее, специализирующихся на блюдах из курицы. Работает под брендом BBQ Chicken. В Южной Корее действует более 1,8 тыс. ресторанов. Кроме того, компания работает еще в 57 странах.
- **Kyochoon F&B Co Ltd** — специализирующаяся на жареной курице сеть ресторанов быстрого питания, представлена брендом Kyochoon Chicken. Имеет более 1,2 тыс. ресторанов в Южной Корее и работает еще в 15 странах.
- **BHC Co Ltd** — один из крупнейших игроков среди ресторанов быстрого питания, специализирующихся на блюдах из жареной курицы. Представлен брендом BHC. В Южной Корее более 1,5 тыс. точек. В рамках программы расширения продуктового портфеля компания открыла первый ресторан быстрого питания, специализирующийся на чокпале (блюде из свиных ножек). Кроме того, приобрела франшизы Changgo 43 и Gram, специализирующиеся на барбекю из говядины.
- **The Born Korea Co Ltd** занимает 3-е место в стране по объему продаж в стоимостном выражении среди ресторанов азиатской кухни. Компания владеет 16 брендовыми франшизами ресторанов, кафе и пабов. Имеет более 2 тыс. заведений в Южной Корее и в 11 странах. Большинство из них специализируется на жареных блюдах, приготовление которых требует большого количества соевого масла, особенно при использовании техники быстрой обжарки стир-фрай<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Стир-фрай (от англ. to stir-fry — буквально «жарить, перемешивая») — быстрая обжарка в раскаленном воке с постоянным перемешиванием мелко нарезанных ингредиентов, обычно путем их встряхивания/подбрасывания вверх.

- **Daehak Gimgane Co Ltd** занимает 4-е место в стране по объему продаж среди ресторанов азиатской кухни. Головной офис расположен в Южной Корее. Компания также работает в Китае. Специализируется на уличной еде, приготовленной в традиционном корейском стиле. Имеет 450 заведений в Южной Корее и за рубежом. Основное блюдо — кимбап<sup>5</sup>, требующее значительного расхода соевого масла для приготовления омлета и обжарки овощей. Другие популярные блюда, которые часто готовятся на соевом масле, — свиные котлеты на косточке, жареный рис, рис с кусочками курицы, быстро обжаренными методом стир-фрай.

## Пищевая промышленность

Это самый быстро растущий канал потребления соевого масла. В 2016 г. на долю пищевой промышленности приходилось 17% от общего объема потребления данного продукта, а в 2020 г. — уже 27%. Соевое масло используется главным образом для производства салатных заправок, различных соусов (в том числе для макаронных блюд), НМР-продуктов, рыбных котлет, маргаринов, кондитерских жиров. Применяется оно и при изготовлении многих других продуктов — выпечки, конфет, жареного тофу, дамплингов (блюд пельменного типа), заправочных паст для супов.

Разница в долях потребления между пищевой промышленностью и сектором общественного питания постепенно сокращается в результате активного развития производства продуктов для домашнего приготовления. К примеру, потребление НМР-продукции в 2020 г. увеличилось на 300% по сравнению с 2017 г., когда эта категория впервые появилась в стране. Экспорт южнокорейской фасованной еды, включая НМР, рыбные котлеты, сладости, растет на волне «корейского бума» (моды на корейскую культуру в мире), что, в свою очередь, способствует росту потребления соевого масла в пищевой промышленности.

Крупные представители пищевой промышленности покупают рафинированное соевое масло напрямую у рафинаторов, небольшие независимые производители — у оптовиков и в фуд-маркетах. Преимущественно используется рафинированное масло отечественного производства, в основном таких ведущих брендов, как Beksul (компания CJ Cheiljedang), Наеруо (Sajo Group), Ottogi (Ottogi Co Ltd) и Betera (Lotte Foods). В 2020 г. средняя закупочная цена масла составляла для производителей пищевых продуктов 1,1–2,0 долл. США/кг.

Ожидается, что в период 2021–2026 гг. разница с сектором общественного питания в плане потребления рафинированного соевого масла продолжит увеличиваться, доля пищевой промышленности достигнет 27,7%, демонстрируя совокупный среднегодовой темп роста 7,4%. Усиливающийся тренд на сокращение

---

<sup>5</sup> Кимбап (гимбап) — роллы с начинкой из вареного риса, обжаренных овощей, омлета и других ингредиентов, завернутых в сушеные прессованные листья водорослей.

размеров домохозяйств, поздние браки и растущее число работающих женщин приведут к дальнейшему повышению спроса на НМР-продукты, замороженный полуфабрикаты, соусы и заправки, что, соответственно, увеличит объемы потребления рафинированного соевого масла в пищевой отрасли. Экспорт также продолжит оставаться ключевым драйвером расширения производства пищевых продуктов с использованием соевого масла, включая такую популярную категорию, как лапша быстрого приготовления.

### Производители соусов и салатных заправок

Соевое масло используется как эмульгатор в салатных заправках. В этой нише на него приходится доминирующая доля потребления среди всех масел — более 97%<sup>6</sup>. Оно популярно у производителей благодаря его невысокой стоимости и нейтральному вкусу, который не заглушает вкус других ингредиентов.

### Ведущие игроки

- **Daesang Corporation** — один из ведущих южнокорейских производителей соусов, салатных заправок и приправ. Daesang производит широкий ассортимент продукции под собственным брендом Chungjungone, включая майонез, салатные заправки, разнообразные карри быстрого приготовления и соусы для пасты.
- **Ottogi Co Ltd** работает не только в Южной Корее, где находится головной офис, но также имеет филиалы в Китае, Вьетнаме, США и Новой Зеландии. Производит НМР-продукты, маргарин, майонез, соусы. В 2018 г. компания построила новый завод по производству масложировой продукции (включая соевое, пальмовое масло и маргарин) с целью повышения своей производственной эффективности. До этого производство масел и спредов было рассредоточено по многим странам в разных регионах.

### Производители НМР-продуктов

Доля соевого масла благодаря его экономичной цене составляет около 80% среди всех растительных масел, применяемых для производства НМР-продуктов<sup>7</sup>. Оно используется для изготовления НМР-продуктов, в состав которых входят такие мясные ингредиенты, как ветчина, сосиски, бекон, поскольку является более эффективным эмульгатором, чем животный жир.

В отличие от других масел с выраженным ароматом, например оливкового и рапсового, рафинированное соевое масло не имеет запаха и потому прекрасно сочетается с разными ингредиентами. Также его преимуществом является невысокая цена по сравнению с прочими растительными маслами.

---

<sup>6</sup> Soy Oil Master Guidebook (2021 г.) от Совета США по экспорту соевого масла, на базе данных Korea Agro-Fisheries & Food Trade Corporation

<sup>7</sup> Soy Oil Master Guidebook (2021 г.) от Совета США по экспорту соевого масла

## Ведущие игроки

- **CJ Cheiljedang Corp.** производит готовые блюда и НМР-продукцию. В 2019 г. компания запустила бренд Cookit, под которым выпускает наборы для приготовления блюд корейской, японской и итальянской кухни. Такие наборы содержат все необходимые ингредиенты и пошаговую инструкцию от профессиональных поваров.
- **MyChef Inc** была основана в 2011 г. Поставляет свою НМР-продукцию в премиальные супермаркеты, такие как Hyundai, Shinsegae, Galleria и Lotte, а также на крупнейшие электронные площадки, включая Coupang и 11Street. В 2021 г. компания запустила линию веганских НМР-продуктов под названием Vegetable Garden, сделанных из растительного мяса и ориентированных на сторонников здорового питания.
- **Fresh Easy** основана в 2016 г. Поставляет НМР-продукты крупным игрокам розничной торговли, таким как E-Mart, Coupang и GS Retail. За 2019–2020 гг. этот стартап удвоил продажи. Компания предлагает широкий ассортимент блюд для домашнего приготовления.
- **Cookat Inc.** начала свою деятельность в социальных сетях, публикуя простые рецепты с обычными ингредиентами. Когда число подписчиков стало расти, Cookat запустила собственный бренд НМР-продуктов. За год, с 2019 г., продажи выросли на 111%. Кроме того, компания открыла в огромном торговом центре Coex на юге Сеула гросерант<sup>8</sup>, где можно купить НМР-продукты и съесть их на месте.

## 2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Подавляющая часть потребляемого рафинированного соевого масла в Республике Корея — внутреннего производства (из импортного сырого масла или масла отечественной экстракции). Ведущие рафинационные предприятия — CJ Cheiljedang (бренд Beksul) и Sajo Group (бренд Naeryu). Эти же две компании — единственные в стране, кто перерабатывает импортные соевые бобы: мощности составляют 2 100 и 1 100 т/сут. соответственно.

Другие компании, производящие рафинированное растительное масло из импортного сырого, — это Ottogi Co Ltd (бренд Ottogi), Lotte Food (бренд Lotte), Dongwon F&B (бренд Dongwon), Daesang Chungjungone (бренд Chef One).

---

<sup>8</sup> Гросерант — составное слово, образованное от grocery («бакалея») и restaurant («ресторан»). Так называется популярный гибридный формат заведения, соединивший в себе бакалейную лавку и посадочную зону со столиками.



**CJ Cheiljedang**

Сайт: [www.cj.co.kr/en/brands/beksul](http://www.cj.co.kr/en/brands/beksul)

Крупный конгломерат в пищевой отрасли, производящий HMR и мясную продукцию, рыбные котлеты, заправки, соусы, подсластители, муку, растительные масла, морепродукты, десерты и снеки. Один из двух переработчиков соевых бобов в стране с мощностью 2 100 т/сут. Завод по производству соевого масла находится в Инчхоне в провинции Кёнгидо. Компания рафинирует соевое масло и продает его как на B2B, так и на B2C рынке под брендом Beksul.



**Sajo Group**

Сайт: <http://eng.sajo.co.kr/en/>

Ведущий производитель морепродуктов. Основные фирменные продукты — консервированный тунец и рыбные котлеты. Кроме того, Sajo — один из крупнейших переработчиков соевых бобов в Южной Корее с мощностью 1 100 т/сут. Завод по производству соевого масла находится в Инчхоне в провинции Кёнгидо. Компания рафинирует соевое масло и продает его как на B2B, так и на B2C рынке под брендом Наеруо, который признавался лучшим брендом соевого масла в ежегодном национальном рейтинге (Korea Brand Power Index) на протяжении 2000–2021 гг.



**Ottogi Co Ltd**

Сайт: [www.ottogi.co.kr/eng/](http://www.ottogi.co.kr/eng/)

Лидер по производству фасованной продукции в сегменте соусов и заправок (кетчуп, майонез и др.) и продуктов быстрого приготовления (карри, лапша, замороженная пицца, рис и т.д.). Обладает мощностями по рафинации; импортирует сырое соевое масло и рафинирует его для бутилирования и производства маргаринов и кулинарных жиров. Завод по рафинации находится в Посунге (город Пхёнхэк, провинция Кёнгидо). Произведенные компанией рафинированное масло, маргарин и жиры продаются под брендом Ottogi как на B2B, так и на B2C рынке.



**LOTTE**

**Lotte Foods**

Сайт: [www.lottefoods.co.kr/en/main](http://www.lottefoods.co.kr/en/main)

Один из крупнейших производителей фасованной пищевой продукции, включая кондитерские изделия, мясные и молочные продукты, НМР-продукцию и кофе. Осуществляет поставки также в сектор кейтеринга. Имеет свое рафинационное производство; импортирует сырое соевое масло и рафинирует его для бутилирования. В 2019 г. Lotte Foods совместно с Bunge разработала высокоолеиновое соевое масло. Завод расположен в Чхонане в провинции Чхунчхон-Намдо. Рафинированное соевое масло от Lotte Foods продается на B2B рынке под брендами Vetera (для производителей выпечки и хлебобулочных изделий) и Delga (для сектора общественного питания).

**samyang**

**Samyang Corporation**

Сайт: [www.samyangcorp.com/eng](http://www.samyangcorp.com/eng)

Компания, работающая в химической и пищевой отраслях промышленности. Производит пластик, смолы, сахар, муку, пищевые и фритюрные масла, маргарин, кулинарные жиры и т.д. Имеет свое рафинационное производство; импортирует сырое соевое масло и рафинирует его. Завод располагается в Инчхоне в провинции Кёнгидо. Samyang продает рафинированное соевое масло на B2B рынке под собственным брендом Q1. Также закупает рафинированное масло у сторонних производителей, например у Youngmi Co Ltd.

식용유 名家 since 1968  
**영미산업(주)**

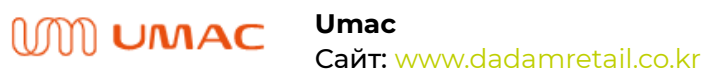
**Youngmi Co Ltd**

Сайт: [www.ymfoodmall.com](http://www.ymfoodmall.com)

На рынке с 1968 г. Основной продукт — кукурузное масло, но компания также рафинирует соевое и рапсовое масло. Расположена в Йонъине в провинции Кёнгидо. Youngmi Co Ltd поставляет рафинированное соевое масло в сектор общественного питания и производителям пищевых продуктов под собственным брендом, а также продает соевое масло компании Daesang Corporation, которая реализует его на B2B рынке под своим брендом Chef One.



Работает на рынке рафинированных масел с 1982 г. Производит соевое масло, масло из рисовых отрубей, кукурузное, рапсовое и другие растительные масла. Располагается в Хвасонге в провинции Кёнгидо. Поставляет рафинированное соевое масло под собственным брендом в сектор общественного питания и пищевую отрасль, а также реализует масло компании Daesang Corporation на B2B рынке под брендом Chef One. Также Jinyuone снабжает другими видами масел таких крупных производителей продуктов питания, как CJ, Sajo и Ottogi.



Занимается рафинацией пищевых масел с 1972 г. Производит соевое, кукурузное, оливковое, рапсовое масло, масло виноградных косточек и др. Компания расположена в Хэнаме в провинции Чолла-Намдо. Umac производит соевое масло под своим брендом для снабжения собственного бизнеса по производству пищевых ингредиентов, а также поставляет масло для компаний Daesang Corporation и Dongwon F&B.



Занимается рафинацией пищевых масел с 2001 г. Производит соевое, кукурузное, рапсовое, подсолнечное и оливковое масла. Завод по рафинации расположен в Янсане в провинции Кёнсан-Намдо. Daekyoung поставляет соевое масло на B2B рынок (в сектор общественного питания и производителям пищевых продуктов) под собственным брендом. Компания также работает в биодизельным бизнесе.



# Стандарты на продукцию

---





Содержание

---



### **3.1.**

Требования к продукции

### **3.2.**

Требования к документам

### **3.3.**

Требования к упаковке  
и маркировке

### 3.1. Требования к продукции

Типовые параметры качества сырого гидратированного соевого масла при поставках в Республику Корея представлены ниже.

Табл. 11. Параметры качества соевого масла

Параметр	Значение
Точка возгорания (FOSFA), °C	≥ 121
Свободные жирные кислоты (в пересчете на олеиновую кислоту с молекулярной массой 282), %	1,0 (базис), ≤ 2
Влажность, летучие вещества, %	≤ 0,2
Содержание примесей, нерастворимых в петролейном эфире, %	≤ 0,1
Осадок, %	≤ 0,1
Лецитин (в пересчете на фосфор), %	0,02 (базис), ≤ 0,025
Цветность, шкала Ловибонда 1"	< 50 желтого; < 5 красного
Неомыляемые вещества, %	≤ 1,5

### Пищевые добавки

По состоянию на 2020 г. в Кодекс пищевых добавок ([Food Additives Code](#)) включены 619 пищевых добавок, одобренных MFDS. Также разрешается смешивать семь видов добавок и определено 13 дезинфицирующих средств, разрешенных к использованию на пищевых производствах (для пищевого оборудования). Для большинства одобренных добавок и/или консервантов установлены предельные нормы использования в различных продуктах питания, причем допустимые уровни могут значительно варьироваться от продукта к продукту.

В Республике Корея в отношении пищевых добавок положения международного Codex Alimentarius не действуют. Поэтому, если пищевая добавка отсутствует в Кодексе MFDS или зарегистрирована, но не прописано ее использование для определенного продукта питания, применение данной пищевой добавки в таком продукте запрещено.

Включение в Кодекс новой добавки или нового продукта для уже зарегистрированной добавки — сложная процедура, которая прописана в специальном стандарте Guidelines for Designation of Food Additives и может занять до одного года.

## 3.2. Требования к документам

Типовой набор документов, предоставляемых экспортером покупателю:

- сертификат веса в 1 оригинале и 2 копиях, выданный аккредитованным FOSFA сюрвейером с указанием фактически загруженного количества;
- коммерческий инвойс продавца в 3 оригиналах, должным образом заверенных печатью и подписью продавца, с указанием базиса, описанием товара, чистого веса, цены и страны происхождения товара, загруженного в судно;
- полный комплект коносаментов в 3/3 оригиналах и необоротных копиях с пометками касательно оплаты фрахта (в зависимости от базиса поставки);
- сертификат здоровья в 1 оригинале и 2 копиях с пометкой «подходит для потребления человеком после рафинации»;
- сертификат происхождения, выпущенный уполномоченным органом или Торгово-промышленной палатой;
- сертификат нерадиоактивности в 1 оригинале и 2 копиях, выпущенный уполномоченным органом;
- сертификат качества в 1 оригинале и 2 копиях, выданный аккредитованным FOSFA сюрвейером с результатами измерения контрактных характеристик товара;
- сертификат чистоты танков в 1 оригинале и 2 копиях, изданный аккредитованным FOSFA сюрвейером.

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

## 3.3. Требования к упаковке и маркировке

Общие требования к упаковке для пищевых продуктов и используемым упаковочным материалам содержатся в документе «Стандарты и спецификации на тару и упаковку для пищевых продуктов» ([Standards and Specifications for Food Utensils, Containers and Packages](#)). В соответствии с Законом «О содействии экономии и переработке ресурсов» ([Act on The Promotion of Saving and Recycling of Resources](#)) и подзаконными актами, пригодная для вторичной переработки упаковка из бумаги, металла, стекла, пластмасс и других материалов должна быть маркирована знаком Separation and Discharge. Знак должен

указывать тип материала, из которого состоит упаковка (например, для упаковки из пластика: PVC, PP, PS, PVDV, PE, PET или PF). Знак может быть напечатан как непосредственно на упаковке, так и на этикетке.

В 2019 г. Министерство окружающей среды Республики Корея опубликовало проект поправок, предполагающий, что упаковка должна оцениваться на предмет пригодности для вторичной переработки, сортироваться и иметь соответствующую маркировку. Однако по состоянию на начало 2021 г. нет ясности, когда эти поправки вступят в силу.

## Требования к маркировке

Нормы маркировки продуктов питания разрабатывает Отдел маркировки и сертификации безопасности пищевых продуктов MFDS, а их соблюдение экспортерами контролируют подразделения MFDS по прибытии товара в страну. Кроме того, региональные власти имеют право проверять маркировку представленных на рынке товаров.

Основополагающими нормативными актами в части маркировки продуктов питания являются Закон «О маркировке и рекламе пищевых продуктов» ([Act on Labeling and Advertising of Foods](#)) и Стандарты маркировки пищевых продуктов ([Labeling Standards of Foods](#)).

К маркировке пищевых продуктов предъявляются следующие основные требования:

- любая продукция, предназначенная для розничной торговли, должна иметь маркировку;
- все импортируемые продукты питания должны иметь маркировку на корейском языке;
- допустимо использование стикеров, но они не должны закрывать оригинальную маркировку;
- этикетка (в т.ч. дополнительная) должна быть изготовлена таким образом, чтобы ее нельзя было легко удалить и обеспечивалась стойкость к выцветанию и другим повреждениям;
- маркировка должна размещаться на упаковке таким образом, чтобы она была заметной и легко читаемой.

Маркировка пищевых продуктов, предназначенных для розничной продажи, должна содержать следующую информацию:

- наименование товара, которое должно совпадать с названием продукта, заявленным контролирующему органу;

## Стандарты на продукцию

- тип продукта;
- название и адрес импортера, а также адрес, по которому товары могут быть возвращены или обменены в случае несоответствия кондициям;
- название производителя (перевод на корейский необязателен);
- дата изготовления (год, месяц и день);
- срок годности;
- вес или объем нетто. Если упаковка содержит несколько единиц продукта, указывается их количество, а масса или объем одной единицы приводится в скобках;
- список ингредиентов на корейском языке с перечислением в порядке преобладания по массе в составе. При наличии составных ингредиентов необходимо указывать их состав. Для пищевых добавок должны быть приведены полные названия или сокращенные обозначения — так, как они указаны в Продовольственном кодексе. Если общая площадь лицевой стороны упаковки составляет менее 30 см<sup>2</sup>, допускается указание не более пяти ингредиентов;
- информация об аллергенах, которые вызывают гиперчувствительность (непереносимость/аллергию). В случае молочных продуктов — это молочные белки и лактоза.

На этикетках/упаковках обработанных пищевых продуктов должны быть дополнительно указаны сведения о пищевой ценности, облучении (если подвергались облучению при переработке), содержании ГМО (если содержат ГМО).



## Подтверждение особых свойств продукции

В 2019 г. было отменено требование об аккредитации в MFDS сертифицирующих органов, выдающих свидетельства о соответствии продукта требованиям добровольных стандартов и систем сертификации, таких как HACCP, ISO 22000, «Кошер», «Халяль», GMP, «Веган». Однако подтверждающие документы должны быть выданы «надежными и заслуживающими доверия организациями».

При ввозе продукции в Республику Корея MFDS не проверяет документы, подтверждающие прохождение соответствующей сертификации, но может запросить их в любой момент, если соответствие стандарту указано на упаковке продукции.

## Информация о пищевой ценности продукции

В соответствии с Правилами применения Закона «О маркировке и рекламе пищевых продуктов» ([Enforcement Decree of the Act on Labeling and Advertising of Foods](#)) указание пищевой ценности обязательно для четырех категорий пищевых продуктов, включая всю молочную продукцию и мороженое. Обязательно должна быть указана следующая информация о пищевой ценности:

- общая калорийность;
- общее содержание жира;
- наличие и содержание трансжиров и насыщенных жиров, холестерина, белка, углеводов, сахара и натрия.

Информация о пищевой ценности должна быть приведена на корейском языке. Значения массы указываются в единицах метрической системы. Для корректного указания информации о нормах питательных веществ необходимо использовать контрольные значения дневных норм, которые приведены на сайте MFDS.

# Барьеры входа на рынок

---



Содержание

---

## **4.1.**

Особенности таможенных процедур



## **4.2.**

Тарифные и нетарифные барьеры



## 4.1. Особенности таможенных процедур

### Процедуры импорта

При импорте сельскохозяйственной продукции, как правило, требуются разрешения нескольких ведомств. Отсюда — высокая вероятность задержки с оформлением, в отличие от ввоза других товаров. Процессом оформления занимаются следующие ведомства:

- Таможенная служба Республики Корея;
- Министерство безопасности пищевых продуктов и медикаментов;
- Национальная карантинная станция (в портах, где нет региональных подразделений Министерства безопасности пищевых продуктов и медикаментов);
- Служба карантина животных и растений.

### Таможенная служба Республики Корея

Таможенная служба проверяет наличие документов, необходимых для выпуска товаров. Перед таможенным оформлением продукция проходит санитарно-карантинный контроль. Заявление о проверке ввозимых товаров заполняется на корейском языке.

С подробной информацией о процедурах таможенного оформления можно ознакомиться на [сайте Таможенной службы](#).

### Министерство безопасности пищевых продуктов и медикаментов

Министерство проводит проверки на соответствие импортируемой сельскохозяйственной продукции требованиям безопасности, включая продукцию животноводства, переработанную пищевую продукцию, функциональные продукты питания, пищевые добавки, пищевую упаковку, контейнеры и оборудование.

С подробной информацией можно ознакомиться на [сайте Министерства безопасности пищевых продуктов и медикаментов](#).

Официальные сроки проверки продовольственных товаров:

- проверка документов — 2 дня;
- визуальный осмотр — 3 дня;

- проверка в лаборатории — 10 дней;
- тестирование высушенных продуктов — 14 дней;
- термостатная проба — 15 дней;
- выборочная проверка — 5 дней.

## 4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

### Тарифные барьеры

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

В Республике Корея российские экспортеры соевого масла работают по довольно низким ставкам ввозных таможенных пошлин (5%). При этом основные экспортеры соевого масла — США и страны ЕС — получают доступ к рынку страны по льготным ставкам в рамках соглашений о свободной торговле<sup>9</sup>.

Табл. 12. Ставки ввозных таможенных пошлин Республики Корея в отношении соевого масла из России и ведущих стран-поставщиков

Код ТН ВЭД	Наименование	Россия, %	США, %	ЕС, %
<b>1507: Масло соевое и его фракции, нерафинированные или рафинированные, но без изменения химического состава</b>				
1507 10	Масло сырое, нерафинированное или рафинированное гидратацией	5	0,50	0,90
1507 90	Прочие	5	0	0

Источник: [ITC Trade Map](#), [ITC Market Access Map](#) и [Таможенная служба Республики Корея](#)

<sup>9</sup> <https://bit.ly/3yzwoiM>

## Нетарифные барьеры

Экспортеры в Республику Корея сталкиваются с рядом нетарифных барьеров. В основном они связаны со строгими требованиями к продуктам питания. В результате высокие затраты на подготовку документации, проведение проверок и согласование маркировки часто существенно снижают ценовую конкурентоспособность импортируемой продукции.

Тем не менее стоимость и длительность процедур трансграничной торговли в Республике Корея в целом оцениваются как невысокие, о чем свидетельствует 36-е место из 190 стран в соответствующем разделе рейтинга Doing Business Всемирного банка.

Табл. 13. Оформление импорта в Республику Корея: время и стоимость

Процедура	Время, ч	Стоимость, долл. США
Пограничный и таможенный контроль	6	315
Оформление документов	1	27

Источник: Всемирный банк ([Doing Business 2020](#))

## Внимание потребителей к качеству

Южнокорейские потребители очень серьезно относятся к вопросам безопасности и контроля происхождения пищевой продукции. Таким образом, вопросы прослеживаемости, качества и безопасности продуктов питания являются важными при выходе на рынок страны. При этом выполнения требований обязательных стандартов может быть недостаточно. На южнокорейском рынке существует высокий спрос на продукцию с добровольной сертификацией, например, по стандарту органического происхождения. Получение таких сертификатов, как правило, требует от экспортеров немалых финансовых затрат.

## Требования к упаковке и маркировке

В Республике Корея предъявляются очень строгие требования к маркировке и упаковке (см. раздел 3.3. «Требования к упаковке и маркировке»). В частности, существуют нормативы для обозначения типа материала, из которого сделана упаковка, и предусмотрена специальная маркировка для упаковок, подлежащих вторичной переработке. В 2019 г. был опубликован законопроект, согласно которому любая упаковка должна оцениваться на предмет пригодности для вторичной переработки, соответствующим образом сортироваться и маркироваться (этот закон пока не вступил в силу).

## **Законодательная защита агентов и дистрибьюторов**

Сотрудничество с местными компаниями может значительно упростить процедуры регистрации и импорта продукции. К выбору дистрибьютора следует подходить очень тщательно. Многие южнокорейские компании, занимающиеся исключительно дистрибуцией, не располагают онлайн-ресурсами, англоязычным персоналом и опытом решения вопросов регистрации и сертификации продукции. Следует помнить, что в Республике Корея действуют строгие законы, которые защищают дистрибьюторов и агентов и дают им право требовать компенсацию при прекращении или даже не продлении контракта.



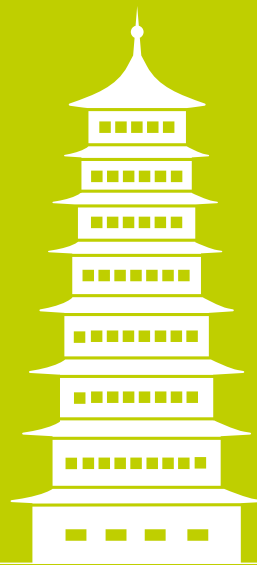
# Организация экспортных поставок

---



5





Содержание

---

## **5.1.**

Логистика

## **5.2.**

Формы присутствия на рынке

## **5.3.**

Защита интеллектуальной  
собственности

## 5.1. Логистика

При выборе логистического решения для поставки товаров в Республику Корея следует принять во внимание особенности формирования партии, заключения договора перевалки и хранения с одним из морских портовых терминалов, фрахтования судна с учетом объема проданной партии, сроки доставки, стоимость перевозки, вопросы безопасности, сложность оформления, варианты пунктов прибытия, а также особенности груза.

Рис. 22. Доставка соевого масла из России в Республику Корея



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

Транспортировка соевого масла различна для наливных грузов и фасованной продукции. Перевозки в Республику Корея осуществляются в морских танкерах для нерафинированного масла или в сухих контейнерах для фасованной продукции. Также возможна отправка 20-футовыми морскими контейнерами во флекситанках.

Оптимальным способом доставки соевого масла в Республику Корея, учитывая географию его производства в России, является перевозка флекситанками или небольшими танкерами объемом 5–7 тыс. тонн из морских портов Новороссийск, Тамань, Калининград и Владивосток. Основной порт Республики Корея — Пусан (Busan).

## **Перевозка нерафинированного масла наливом**

Один из способов перевозки нерафинированного растительного масла — танкеры. Загрузка одного танкера возможна от 25–30 тыс. тонн и более на базе целого судна. Основными морскими портами возможной отгрузки масла наливом являются Новороссийск, Тамань и Калининград, способные накапливать и переваливать судовые партии указанного объема. Ориентировочная ставка фрахта судна на ноябрь 2021 г. составляет 45–60 долл. США за тонну на условиях FIOS. Транзитное время — 30–45 дней.

Загрузка морского танкера требует от поставщика накопления необходимой партии и своевременной доставки товара в порт. Соевое масло может доставляться как автомобильными, так и железнодорожными цистернами, в зависимости от возможностей терминала по приемке. Обычно с морским терминалом заключаются договоры перевалки и хранения, предусматривающие необходимое количество дней для накопления судовой партии. Стоимость услуг по перевалке грузов (в зависимости от терминала) составляет от 10–15 долл. США за тонну.

## **Контейнерная перевозка масла (фасованная продукция/флекситанк)**

### **Автомобильная перевозка товара через склад накопления и далее в порт отправления (актуальна только для фасованной продукции)**

Доставка до склада накопления может осуществляться как самим производителем продукции, так и покупателем. Товар перевозится на паллетах для оптимизации скорости и затрат на перевалку и хранение груза. Вместимость одного автомобиля составляет около 19 тонн брутто. Таким образом, для оптимальной логистической схемы с дальнейшей отгрузкой товара в контейнерах три фуры перегружаются в два контейнера. При найме автоперевозчика необходимо



учитывать сроки погрузки и выгрузки на складах.

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

Для накопления продукции, экспортируемой в Республику Корея, можно использовать любой сухой склад, температура которого не бывает отрицательной. Склады накопления, как правило, располагаются вблизи портов отправки или мест производства товара.

Основные статьи расходов:

- погрузо-разгрузочные работы при приемке товара с автомобилем (ставка устанавливается обычно за паллет);
- хранение (ставка может быть установлена за паллет или тонну, в зависимости от договоренности со складом и веса паллета с грузом);
- погрузо-разгрузочные работы при отгрузке товара в контейнер (ставку принято устанавливать за тонну).

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

При выборе склада накопления необходимо учитывать следующее:

- 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 до пункта перехода границы в порту

Перевозка возможна как в контейнерах, так и в грузовых автомобилях. При перевозке в автомобилях (не для наливного груза) перевалка может осуществляться в порту в зоне склада временного хранения, приспособленной для сухих грузов.

Вместимость 40-футового контейнера для сухого груза составляет около 25 тонн и ограничена нагрузкой на тару и возможностью штабелирования груза. В связи с ограничением нагрузки на ось автопоезда при перевозках по территории РФ для доставки тяжелого контейнера потребуется либо автомобиль с разрешением для провоза груза с превышением допустимой нагрузки на ось, либо автомобиль с семью осями, что позволяет распределить массу автопоезда без нарушения правил.

При перевозке контейнера, заполненного флекситанком, необходимо принять меры предосторожности и оборудовать контейнер защитным материалом, препятствующим прорыву флекситанка при транспортировке. Стандартный контейнер для флекситанка — 20-футовый. Вместимость такого флекситанка — от 22,5 до 25 тыс. литров в зависимости от плотности масла.



Перевозка осуществляется на основании CMR-накладной, и к ней применяется нулевая ставка НДС.

## Контейнерная морская перевозка

Из порта Новороссийск в порты РФ и Республики Корея регулярные судозаходы осуществляют следующие основные морские линии:

- [Maersk](#);
- [MSC](#);
- [CMA-CGM](#);
- [Evergreen](#);

- [Cosco](#);
- [OOCL](#);
- [Harapag Lloyd](#);
- [ZIM](#).

Транзитное время морской доставки зависит от выбранной линии, порта погрузки и порта назначения, а также от погодных условий. Необходимо учитывать требования получателя к используемым морским линиям, т.к. часто встречаются ограничения.

Ориентировочная стоимость морской доставки одного 20-футового контейнера с грузом весом 23 тонны из Краснодарского края через порт Новороссийск до порта Пусан на ноябрь 2021 г. составляла 2 600 долл. США. В ставку, рассчитанную по курсу ЦБ РФ на 22 ноября 2021 г. с учетом действующих тарифов, включены: наземная доставка контейнера с грузом 23 тонн нетто, фрахт, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, отправка оригиналов документов получателю.

Ориентировочная стоимость морской доставки одного 40-футового контейнера с сухим грузом весом 24 тонны из Краснодарского края через порт Новороссийск до порта Пусан на ноябрь 2021 г. составляла 3 250 долл. США. В ставку, рассчитанную по курсу ЦБ РФ на 22 ноября 2021 г. с учетом действующих тарифов, включены: наземная доставка контейнера с грузом весом 24 тонны нетто, фрахт, таможенное оформление, внутрипортовое экспедирование, взвешивание контейнера, отправка оригиналов документов получателю.

Общее транзитное время составляет около 25–40 дней.

## **Возмещение НДС при экспорте из России**

Компании-экспортеры имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для этого обязательным является подтверждение факта экспорта. Основанием служат следующие документы:

- международный контракт;
- уникальный номер контракта в случае его оформления;
- инвойс;
- спецификация;
- упаковочный лист;

- подтверждение платежа согласно условиям контракта;
- CMR-накладная;
- поручение на погрузку (в случае морской перевозки);
- коносамент (в случае морской перевозки);
- таможенная декларация с печатью о вывозе товара с территории РФ.

## Логистические риски

Продажа товара на условиях Incoterms 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.

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 по коносаменту.



Нередко возникают споры с транспортными компаниями по вопросам качества доставленного товара. Перевозчик (как морской, так и наземный) вправе требовать от стороны, предъявляющей претензию, доказательств качества погруженной продукции. В этой ситуации рекомендуется присутствие на погрузке сюрвейера, контролирующего количество и качество отгружаемой продукции. Предоставление сюрвейерского отчета часто позволяет обоснованно ответить на претензию получателя и сократить возможные потери.

С экспортной продукцией работают следующие сюрвейерские компании:

- [SGS](#);
- [TOP FRAME](#);
- [IPC HORMANN](#).

## 5.2. Формы присутствия на рынке

Республика Корея привлекательна для иностранных инвестиций. Страна характеризуется политической стабильностью и безопасностью, инфраструктурой мирового класса, квалифицированной рабочей силой и быстрорастущим внутренним рынком. Стоит также отметить особые экономические зоны, предлагающие преференциальные условия ведения бизнеса для иностранных инвесторов. Более подробная информация об ОЭЗ представлена в Приложении №1.

В Южной Корее действует правительственная программа привлечения иностранных инвестиций, в рамках которой предоставляется право на проживание и ведение коммерческой деятельности на территории страны, а также предлагаются налоговые и социальные льготы. Для поддержки создания и выхода иностранных компаний на южнокорейский рынок Государственная организация по содействию торговле и инвестициям ([KOTRA](#)) открыла инвестиционное агентство [Invest Korea](#).

### Организационно-правовые формы ведения бизнеса

Для ведения бизнеса в Республике Корея иностранные инвесторы могут выбрать одну из трех организационно-правовых форм:

- создание местной компании;
- открытие филиала;
- открытие подразделения по связям (представительства).

Все местные компании с иностранным капиталом попадают под режим ПИИ, и для их регистрации требуется минимальный уставной капитал в размере 100 млн вон (82 тыс. долл. США).

Филиал и представительство считаются местным подразделением иностранной компании, поэтому для регистрации не требуется внесения уставного капитала.

Табл. 14. Основные организационно-правовые формы регистрации бизнеса в Республике Корея

Организационно-правовая форма	Краткая характеристика
<b>Компания с ограниченной ответственностью (Yuhan Hoesa)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Регистрируется как отдельное юридическое лицо. До 50 учредителей. Ответственность каждого участника ограничена долей в уставном капитале.</li> <li>● Самая популярная форма регистрации бизнеса</li> </ul>
<b>Акционерная компания (Chusik Hoesa)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Ответственность каждого акционера ограничена долей в уставном капитале. Обязательно проведение годовых собраний акционеров.</li> <li>● Свободное обращение акций</li> </ul>
<b>Товарищество с ограниченной ответственностью (Hapcha Hoesa)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Участники могут выбирать между неограниченной и ограниченной размером доли ответственностью.</li> <li>● Все решения принимаются участниками с неограниченной ответственностью</li> </ul>
<b>Товарищество с неограниченной ответственностью (Hapmyung Hoesa)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Регистрируется двумя и более партнерами.</li> <li>● Неограниченная ответственность по обязательствам юридического лица</li> </ul>

*Примечание. Ставка налога на прибыль зависит от величины дохода компании и варьируется от 10 до 25%. Ставка НДС — 10%.*

Филиал (Branch Office) имеет отдельный баланс и расчетный счет, но сфера его деятельности определяется головной организацией. В Республике Корея филиалы могут заключать контракты, выставлять счета потребителям и получать от них платежи. При этом необходимо в обязательном порядке соблюдать требования к валютным операциям.

Представительство (Liaison Office) — полностью финансируемое и контролируемое иностранной компанией подразделение, которому не разрешается осуществлять прямые продажи на внутреннем рынке. Представительство может заниматься маркетингом, проводить рекламные кампании и исследования рынка.

Компания регистрируется в судебной и налоговой службах с получением сертификатов Business Tax Registration Certificate и Company Court Registration Certificate. Срок регистрации в среднем составляет две недели. Справочная информация представлена на [бизнес-портале](#). С нормативно-правовой базой для внешнеторговой деятельности на рынке страны можно ознакомиться в Приложении №2.

Для филиала или дочерней компании также требуется уведомление об иностранных инвестициях банка, занимающегося валютным обменом. Создание филиала, как правило, занимает от двух до трех недель (после получения всех необходимых документов из головного офиса). На создание дочерней компании уходит от четырех до шести недель, так как регистрация требует дополнительной отчетности об иностранной валюте и репатриации оплаченного капитала до регистрации в суде.

При создании дочерней компании регистрационный сбор составляет 0,4% (1,2% в случае регистрации в столичном регионе) от общей суммы оплаченного уставного капитала. Кроме того, на регистрационный сбор начисляется 20%-й местный налог. При регистрации филиала налоги и сборы не взимаются.

## Выход на рынок через посредника

**Агент по импорту** — привлечение агента по продажам или продвижению товаров на эксклюзивной или неэксклюзивной основе. Любое лицо, как физическое, так и юридическое, официально зарегистрированное и занимающееся коммерческой деятельностью, может импортировать товары от своего имени. Как правило, агент работает на комиссионной основе и является юридическим представителем экспортера, если иное не указано в договоре. Соответственно экспортер как принципал (даже если не участвовал в переговорах) может нести ответственность за сделки, совершаемые агентом. Роль агента варьируется от поиска новых клиентов до отстаивания позиций на целевом рынке. Без разрешения принципала коммерческий агент не вправе проводить за свой счет или за счет третьего лица ни одной сделки, которая относится к бизнесу принципала, а также не может стать участником с неограниченной ответственностью или руководителем компании, целью которой является ведение такого же бизнеса, как и у принципала.

Согласно статье 92–2 Коммерческого кодекса Республики Корея при прекращении агентского договора агент вправе требовать выплаты разумной компенсации в следующих случаях:

- агент привлек новый бизнес или внес положительный вклад в развитие бизнеса принципала;

- принципал сможет пользоваться результатами вклада агента после прекращения договора;
- прекращение договора не связано с причинами, вытекающими из деятельности агента.

**Дистрибьютор** — к подбору дистрибьютора следует подходить очень тщательно. Наиболее важным моментом является возможность установления тесных рабочих отношений, высокого уровня доверия и регулярного общения. Прежде чем принять окончательное решение, обязательно встретьтесь с потенциальным дистрибьютором, чтобы понять, насколько хорошо он представлен на локальном рынке и какими ресурсами обладает. Рекомендуется воспользоваться услугами профессионального агентства по проверке кредитоспособности для подтверждения финансовой состоятельности местного партнера.

Договорные отношения между поставщиком и его дистрибьютором или агентом регулируются положениями [Коммерческого кодекса Республики Корея](#), а также нормами [Закона «О честной торговле и регулировании монополии»](#). Кроме того, в целях усиления регулирования недобросовестных практик в сделках между поставщиками и дистрибьюторами с 2016 г. вступил в силу Закон «О справедливых сделках между дистрибьюторами» ([FDTA](#)). Это специальный закон, который устанавливает запрещенные виды злоупотреблений доминирующим положением в отношениях между поставщиком и дистрибьютором. Главным регулятором конкуренции на рынках в Республике Корея является Комиссия по честной торговле ([KFTC](#)).

## 5.3. Защита интеллектуальной собственности

Вопросами регистрации и охраны интеллектуальной собственности в Южной Корее занимаются следующие ведомства:

- [Корейское ведомство по интеллектуальной собственности](#);
- [Корейская информационная служба по правам интеллектуальной собственности](#);
- [Корейская комиссия по авторским правам](#);
- [Корейская ассоциация патентных поверенных](#).

Республика Корея является членом региональной организации — [Экспертной группы по правам интеллектуальной собственности](#), [Всемирной организации интеллектуальной собственности](#), а также Всемирной торговой организации (Соглашение ТРИПС).



Табл. 15. Охрана прав интеллектуальной собственности в Республике Корея

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
<b>Патент</b> Закон «О патентах»	20 лет	Договор о патентной кооперации
<b>Товарный знак</b> Закон «О товарном знаке»	10 лет (возможно многократное продление)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Договор о законах по товарным знакам.</li> <li>● Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков</li> </ul>
<b>Авторское право</b> Закон «Об авторском праве»	50 лет после смерти автора	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений.</li> <li>● Женевская конвенция о фонограммах.</li> <li>● Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей и вещательных организаций.</li> <li>● Договор ВОИС по авторскому праву.</li> <li>● Договор ВОИС по исполнениям и фонограммам</li> </ul>
<b>Полезная модель</b> Закон «О полезной модели»	10 лет	Парижская конвенция по охране промышленной собственности

Для обеспечения защиты товарного знака информация о нем должна быть занесена в реестр Корейского ведомства по интеллектуальной собственности. При этом незарегистрированные, но хорошо известные в стране товарные знаки получают ограниченную охрану в соответствии с законодательством о предотвращении недобросовестной конкуренции и защите коммерческой тайны.

## Регистрация товарного знака

В Республике Корея товарный знак можно зарегистрировать по национальной или международной процедурам. Условиями охраноспособности является различительный характер и отличие от уже зарегистрированных знаков. Право на товарный знак признается за тем, кто первым подал заявку.

По **национальной процедуре** заявку на регистрацию может подать любое физическое или юридическое лицо, планирующее использовать товарный знак (правовая охрана может быть прекращена досрочно вследствие неиспользования товарного знака непрерывно в течение трех лет).

Для регистрации товарного знака необходима следующая информация<sup>10</sup>:

- образец дизайна товарного знака;
- обозначение товаров и/или услуг;
- спецификация товаров и/или услуг;
- документы о праве приоритета (если применимо);
- сведения о заявителе, включая наименование и адрес;
- доверенность (если применимо).

Заявки на регистрацию рассматриваются в порядке поступления. Разрешение выдается в ходе экспертизы по существу в отношении оснований для отказа, включая абсолютные основания (различительная способность знака) и относительные (предшествующие права других лиц).

Получение результатов первой экспертизы занимает от восьми до десяти месяцев с даты подачи заявки. Если оснований для отказа нет, заявка публикуется для подачи возражений в течение двух месяцев. В случае отсутствия возражений знак будет зарегистрирован после уплаты пошлин.

Вместо обычной процедуры можно запросить упрощенный порядок экспертизы (fast track), когда заявитель получает результаты в течение одного-двух месяцев, а экспертиза происходит на несколько месяцев раньше. Такой порядок применяется по ряду оснований, включая то, что заявитель уже сейчас использует товарный знак или собирается его использовать в ближайшее время в Южной Корее.

Свидетельство на товарный знак выдается после уплаты госпошлины. Стоимость регистрации для каждого класса при подаче заявки составляет 62 тыс. вон (60 долл. США), при установлении права — 211 тыс. вон (205 долл. США).

По **международной процедуре** регистрация осуществляется в соответствии с Мадридским протоколом. При этом следует учитывать два аспекта:

---

<sup>10</sup> Подробнее о порядке регистрации см. <https://bit.ly/3BMwgO9>

- Желательно провести поиск в глобальной базе данных по брендам [Global Brand Database](#), чтобы убедиться в доступности для регистрации выбранного знака.
- Допустимые притязания на товары/услуги различаются в разных странах мира. Рекомендуется воспользоваться приложением [Madrid Goods and Services Manager](#) с указанием товаров и услуг, приемлемых для целей процедур Мадридской системы.

Приоритет может испрашиваться любым заявителем, который является представителем государства-участника Парижской конвенции или международного договора, либо на основе взаимности. Заявитель должен доказать, что заявка в Республике Корея была подана в течение шести месяцев с даты подачи приоритетной заявки. Документ о приоритете должен быть представлен в Корейское ведомство по интеллектуальной собственности в течение трех месяцев с даты подачи заявки.

## Лицензирование товарных знаков

Действующая система предусматривает два вида лицензий на товарный знак:

- исключительная лицензия означает право лицензиата на использование товарного знака и передачу неисключительных прав третьим лицам;
- неисключительная лицензия означает право использования лицензиатом товарного знака с сохранением за лицензиаром права выдачи лицензий другим лицам.

## Средства защиты интеллектуальной собственности

В случае нарушения прав на товарные знаки правообладатели могут обратиться к судебной системе разрешения споров, поскольку внесудебная процедура урегулирования в Республике Корея не предусмотрена.

Владелец товарного знака или эксклюзивный лицензиат могут подать в районный суд иск о нарушении прав с требованием возмещения ущерба и/или вынесения судебного приказа о предварительном или постоянном запрете. Решение суда первой инстанции может быть обжаловано в Патентном суде, а затем в Верховном суде. При возбуждении уголовного дела заявление подается в полицию или районную прокуратуру.

Ходатайствовать о применении обеспечительных мер или вынесении судебного запрета возможно, пока нарушение продолжается. Срок исковой давности для иска о взыскании ущерба составляет три года с момента нарушения.

По факту нарушения суды могут вынести приказ о запрете использования товарного знака, возмещении ущерба, восстановлении деловой репутации или конфискации материалов и оборудования, связанных с нарушением. Нарушитель также может понести уголовное наказание в виде штрафа в размере до 100 млн вон и лишения свободы на срок до 7 лет.

## Доменные имена

Приобрести доменное имя «.com» может каждый желающий. Доменные имена «.co.kr» и «.kr» доступны только резидентам. Домены «.com» регистрируются в Корейском агентстве по интернету и безопасности (Korea Internet & Security Agency).

Запрещается регистрировать и/или использовать доменное имя, идентичное или сходное до степени смешения с чужой торговой маркой, товарным знаком или любым другим отличительным признаком с целью получения противозаконной прибыли или нанесения ущерба другому лицу. Споры по доменам верхнего уровня рассматриваются [Комитетом по разрешению споров в отношении адресов в сети Интернет](#).



# Продвижение продукции

---



Содержание

## 6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

## 6.2.

Отраслевые выставки



## **6.1. Ключевые факторы успеха на рынке**

### **Качество и характеристики продукта**

В Республике Корея действуют строгие санитарно-гигиенические нормы и правила в отношении продуктов питания. Кроме того, при планировании поставок соевого масла в страну необходимо учитывать предпочтения конечных потребителей. Так, корейцам нравится светло-желтое соевое масло, а аргентинское масло имеет красный оттенок. Этот фактор и ряд других причин привели к тому, что аргентинские поставщики, которые некогда были лидерами по ввозу соевого масла в Республику Корея, потеряли большую долю рынка.

### **Премиальное позиционирование**

В Республике Корея наблюдается новая тенденция позиционирования соевого масла как премиального продукта. Это относится и к упаковке, и к самому продукту. Для канала розничной торговли производители переходят от пластиковых бутылок к стеклянным, которые считаются более гигиеничной тарой, лучше сохраняющей вкус и запах продукта. Для сектора общественного питания южнокорейские производители разработали высокоолеиновое соевое масло, исходя из полезных свойств олеиновой кислоты, которая способствует снижению уровня холестерина и уменьшает риск сердечно-сосудистых заболеваний. Таким образом, для успеха на рынке страны рекомендуется следить за рыночными тенденциями, потребительскими предпочтениями, инновациями, касающимися упаковки и самого продукта, чтобы предложить конкурентную продукцию, которая будет пользоваться спросом.

### **Сертификация**

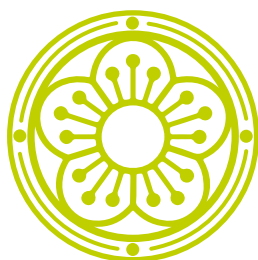
На южнокорейском рынке существует высокий спрос на продукцию с добровольной сертификацией, например по стандарту органического происхождения. Получение таких сертификатов, как правило, дорогостоящая процедура, но их наличие может повысить интерес потребителей.

### **Особенности бизнес-среды**

Важной составляющей деловой культуры страны является концепция «кибун» (честь и личное достоинство). Южнокорейцы ориентированы на результат, ценят образование и инновации, а также приверженность компании. Личные отношения являются важным фактором для успешного ведения бизнеса в Республике Корея. Для укрепления доверия и построения долгосрочных отношений компаниям, планирующим экспорт в эту страну, рекомендуется лично встречаться с корейскими партнерами. Наладить контакт с южнокорейской фирмой в дистанционном режиме достаточно сложно.

## 6.2. Отраслевые выставки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<b>Seoul Food &amp; Hotel</b>  Международная выставка технологий пищевой промышленности  <a href="https://bit.ly/3IMnbbH">https://bit.ly/3IMnbbH</a>	<b>Сеул</b> KINTEX — Korea International Exhibition Center	07 – 10.06.2022
<b>BOFOOD Busan International Food Expo</b>  Международная продовольственная выставка-ярмарка  <a href="http://www.bofood.kr/">http://www.bofood.kr/</a>	<b>Пусан</b> BEXCO — Busan Exhibition & Convention Center	23.06 – 02.07.2022
<b>COEX Food Week</b>  Международная выставка продуктов питания и напитков  <a href="http://coexfoodweek.com/">http://coexfoodweek.com/</a>	<b>Сеул</b> Coex Convention Center	02 – 05.11.2022
<b>Food Industry Technology Show</b>  Международная выставка пищевой промышленности и автоматизации  <a href="https://clck.ru/ZL5rA">https://clck.ru/ZL5rA</a>	<b>Сеул</b> COEX Exhibition Center	02 – 05.11.2022



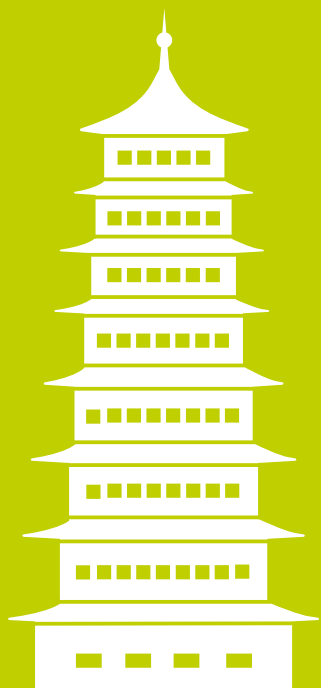


# Особенности деловой культуры

---



7



Корейская культура сформировалась под влиянием конфуцианства. Принципы конфуцианской философии предполагают всеобщую гармонию, почитание старших, приоритет семьи и дружбы, сохранение национальных традиций. Концепция «кибун» (честь и личное достоинство) — обязательная составляющая деловой культуры страны. Южнокорейцы ориентированы на результат, ценят образование и инновации, а также приверженность компании.

В Корее возраст и общественное положение — важные факторы, на которые следует обратить особое внимание. Считается, что младшие по возрасту и стоящие ниже по общественному положению должны беспрекословно исполнять волю старших. Поэтому вопросы о возрасте и семейном положении задаются не из простого любопытства, а чтобы определить свой статус относительно интересующего человека.

Существует понятие «традиционной морали», которая учит уважению и почтению к людям более высокого социального статуса и возраста, а также важности личного общения и личного контакта. Без учета этих принципов в Южной Корее невозможно решить ни одной серьезной проблемы. Поэтому достаточно сложно наладить контакт с южнокорейской фирмой в дистанционном режиме.

## **Планирование встречи**

Деловые встречи планируются заранее — как правило, за несколько недель. Договориться о встрече лучше через посредника. Желательно, чтобы посредник был хорошо знаком с корейскими партнерами, рассказал им о личном статусе представителей иностранной компании, изложил предложения и возможности.

Для встречи лучше выбрать время в промежутке с 10:00 до 12:00 или с 14:00 до 16:00. Корейцы придают большое значение пунктуальности и соблюдению протокола встречи — перенос даты или опоздания недопустимы.

## **Этикет приветствия**

Приветствовать корейца нужно неглубоким поклоном: собеседника с равным статусом поклоном примерно на 15 градусов, пожилого человека или человека с более высоким статусом — на 30–45 градусов. При этом принято легкое рукопожатие со словами приветствия «Здравствуйте!» (안녕하세요! — an-nieong-ha-se-yo!) или «Приятно познакомиться!» (반갑습니다! — ban-gab-seub-ni-da!).

Корейские имена отличаются сложностью. Первый слог — это фамилия, следующие два — имя. К коллегам обычно обращаются по фамилии, за которой следует профессиональный титул.



### **Стиль одежды**

Мужчинам стоит выбрать строгий классический костюм темных тонов с белой рубашкой и неярким галстуком. Женщинам — деловое платье или жакет с юбкой, брюки не рекомендуются.

### **Подарки**

Во время первой встречи уместны небольшие сувениры. Они могут расположить деловых партнеров и повысить шансы на успех переговоров. Подарки принято вручать обеими руками.

### **Визитные карточки**

Желательно подготовить англоязычные визитные карточки, где должно быть указано, какую позицию в компании занимает переговорщик. Как и в других странах Азии, визитные карточки принято давать и принимать обеими руками.

### **Деловое общение**

К устным договоренностям корейцы относятся серьезно и выполняют их с высокой точностью без напоминания. Они проявляют себя как очень надежные бизнес-партнеры и ждут такого же отношения к себе.

Об успешной встрече свидетельствует низкий глубокий поклон корейских партнеров. Короткий быстрый поклон, напротив, может означать недовольство. В разговоре следует быть вежливым и тактичным, держаться скромно. Резких

отказов и конфликтных ситуаций лучше избегать. В качестве проявления вежливости корейские партнеры могут перейти на личные темы, поинтересоваться здоровьем, семьей, детьми.

Недопустимо подзывать человека рукой с обращенной вверх ладонью. Такими жестами в Корее обычно подзывают собак. Если необходимо подзвать человека, делайте это ладонью, обращенной вниз.

По традиции корейцы сидят, едят и спят на полу. Поэтому при входе в корейский дом необходимо снимать обувь. Раньше в Корее считалось невежливым разговаривать во время еды, но сегодня это допустимо. Всегда приятны слова благодарности за вкусную еду и хорошее обслуживание.

При планировании деловых поездок в Республику Корея рекомендуется учитывать нерабочие праздничные дни.

Табл. 16. Государственные праздники Республики Корея в 2022 г.

<b>Праздник</b>	<b>Дата</b>
Новый год	1 января
Корейский Новый год (Соллаль)	31 января–2 февраля
День движения за независимость	1 марта
День детей	5 мая
День рождения Будды	8 мая
День памяти	6 июня
День освобождения	15 августа
Чхусок (Праздник урожая)	9–11 сентября
День основания государства	3 октября
День хангыля (корейского алфавита)	9 октября
Рождество	25 декабря

# Преимущества и риски осуществления поставок

---



8



Содержание

---

**8.1.**

Преимущества

**8.2.**

Риски

## 8.1. Преимущества

### Благоприятная деловая среда

В 2020 г. Республика Корея по показателям легкости ведения бизнеса заняла 5-е место среди 190 стран мира в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. Особенно высоки показатели возможности подключения к системе энергоснабжения и обеспечения исполнения контрактов. В рейтинге восприятия коррупции Transparency International Республика Корея также улучшает свои позиции. В стране действуют налоговые и социальные льготы для иностранных компаний. Все это делает ее привлекательной для иностранных инвестиций. Кроме того, страна характеризуется политической стабильностью и безопасностью, инфраструктурой мирового класса, квалифицированной рабочей силой и быстрорастущим внутренним рынком.

### Растущий рынок

Отраслевые эксперты, исходя из растущего спроса на соевое масло со стороны пищевой промышленности, прогнозируют рост его потребления в 2021/22 маркетинговом году до уровня 640 тыс. тонн (на 4,9% выше, чем в 2019/20 г.). Благодаря доступной цене соевое масло является самым потребляемым видом растительного масла в Республике Корея. Ожидается, что в среднесрочной перспективе привлекательная цена обеспечит спрос на соевое масло среди предприятий общественного питания, а также потребителей с невысоким уровнем доходов.

## 8.2. Риски

### Сильные позиции поставщиков из США

89,9% импорта соевого масла Республики Корея в натуральном выражении приходится на США, которые с 2012 г. увеличили объем поставок в 69 раз. Учитывая тот факт, что корейцы предпочитают работать с поставщиками, которым доверяют и с которыми уже имеют опыт сотрудничества, составить конкуренцию американским компаниям будет непросто. Кроме того, на соевое масло из США действуют фактически нулевые ставки ввозных таможенных пошлин, что для такого сырьевого товара, как масло, особенно актуально, поскольку помогает обеспечить более конкурентные цены на продукцию.

### Рост популярности дорогих масел

В Южной Корее растет популярность дорогих растительных масел, таких как оливковое и подсолнечное, объем розничных продаж которых увеличивается. Также наблюдается повышение спроса на дорогие масла со стороны предприятий общественного питания, хотя доля последних пока незначительна. Например, в октябре 2020 г. южнокорейский McDonald's объявил, что в своих



ресторанах по всей территории страны будет использовать для жарки подсолнечное масло вместо фритюрной смеси из пальмового и соевого масел. Таким образом, в долгосрочной перспективе спрос на соевое масло может сократиться за счет увеличения потребления других видов растительных масел.

### **Агенты и дистрибьюторы**

К выбору дистрибьютора следует подходить очень тщательно. Многие южно-корейские компании, занимающиеся исключительно дистрибуцией, не располагают онлайн-ресурсами, англоязычным персоналом и опытом решения вопросов регистрации и сертификации продукции. Следует помнить, что в Республике Корея действуют строгие законы, которые защищают дистрибьюторов и агентов и дают им право требовать компенсацию при прекращении или даже непродлении контракта.

# Карта действий экспортера

---



9



### Этап I — Подготовка к экспорту

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

### Этап II — Действия на территории России, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Республику Корея (см. раздел 3 «Стандарты на продукцию» и раздел 4 «Барьеры входа на рынок»)

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

**По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории России.**

# Контактная информация

---





## Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
<b>Daeyoung O&amp;T</b>	Рафинатор	Адрес: Korea Exchange Bank Bldg, 3rd floor, 277, Jangpyeong-ro, Saha-gu, Busan Тел.: +82 5 1207 3314 Сайт: <a href="https://clck.ru/ZPbXg">https://clck.ru/ZPbXg</a>
<b>CJ Cheiljedang Corp.</b>	Продовольственный конгломерат, рафинатор	Адрес: CJ CheilJedang Center, 330, Dongho-ro, Jung-Gu, Seoul Тел.: +82 2 6740 1114 Сайт: <a href="https://www.cj.co.kr/en/index">https://www.cj.co.kr/en/index</a>
<b>Daesang Chungjungone</b>	Продовольственный конгломерат	Адрес: 120 Changgyeonggung-ro, Jongno-gu, Seoul Тел.: +82 2 2220 9500 E-mail: <a href="mailto:disc@daesang.com">disc@daesang.com</a> Сайт: <a href="https://clck.ru/ZPbXG">https://clck.ru/ZPbXG</a>
<b>Dongwon F&amp;B</b>	Продовольственный конгломерат	Адрес: Dongwon Industries Building, 68 Mabang-ro, Seocho-gu, Seoul (275 Yangjae-dong, Seocho-gu, Seoul) Тел.: +82 8 0589 3223/4 E-mail: <a href="mailto:dwexport@dongwon.com">dwexport@dongwon.com</a> Сайт: <a href="https://www.dongwonfnb.com/">https://www.dongwonfnb.com/</a>
<b>Lotte Foods</b>	Продовольственный конгломерат, рафинатор	Адрес: 19, Yangpyeong-ro 19-gil, Yeongdeungpo-gu, Seoul Тел.: +82 2 3469 3114 Сайт: <a href="https://www.lottefoods.co.kr/eng/">https://www.lottefoods.co.kr/eng/</a>
<b>Ottogi Co Ltd</b>	Продовольственный конгломерат, рафинатор	Адрес: 405, Heungan-daero, Dongan-gu, Anyang-si, Gyeonggi-do 14060 Тел.: +82 2 2010 0715 E-mail: <a href="mailto:kang_guman@ottogi.co.kr">kang_guman@ottogi.co.kr</a> Сайт: <a href="https://bit.ly/3p9OPaZ">https://bit.ly/3p9OPaZ</a>
<b>Sajo Group</b>	Продовольственный конгломерат, рафинатор	Адрес: 107-39, Tongil-ro, Seodaemun-gu, Seoul Тел.: +82 2 3277 1600 Сайт: <a href="http://eng.sajo.co.kr/en/">http://eng.sajo.co.kr/en/</a>
<b>Samyang Corporation</b>	Продовольственный конгломерат, рафинатор	Адрес: #295 Pango-ro, Bundang-gu, Seongnam-si, Gyeonggi-do Тел.: +82 2 2157 9114 Сайт: <a href="http://www.samyangcorp.com/eng">www.samyangcorp.com/eng</a>

## Полезные организации

Организация	Контактная информация
Министерство иностранных дел Республики Корея	Адрес: 60, Sajik-ro 8-gil Jongno-gu, Seoul 110-787 Тел.: +82 2 2100 2114 Сайт: <a href="http://www.mofa.go.kr/eng/index.do">http://www.mofa.go.kr/eng/index.do</a>
Министерство малых и средних предприятий и стартапов Республики Корея	Адрес: SEJONG FINANCE CENTER, 180, Gareum-ro, Sejong-si E-mail: <a href="mailto:msskorea@korea.kr">msskorea@korea.kr</a> Сайт: <a href="https://www.mss.go.kr/site/eng/main.do">https://www.mss.go.kr/site/eng/main.do</a>
Министерство сельского хозяйства, пищевых продуктов и сельских дел	Адрес: 94 Dasom 2-ro, Government Complex-Sejong, Sejong-si 30110 Тел.: +82 2 1577 1020 Сайт: <a href="https://www.mafra.go.kr/english/index.do">https://www.mafra.go.kr/english/index.do</a>
Национальная федерация сельскохозяйственных кооперативов	Адрес: NACF Headquarters bldg., Saemunan-ro 16, Chung-gu, Seoul E-mail: <a href="mailto:nacfico@nonghyup.com">nacfico@nonghyup.com</a> Сайт: <a href="https://www.nonghyup.com">https://www.nonghyup.com</a>
Федерация промышленности Республики Корея	Адрес: FKI Tower, 24, Yeoui-daero, Yeongdeungpo-gu, Seoul Тел.: +82 2 3771 0114 E-mail: <a href="mailto:contact@fki.or.kr">contact@fki.or.kr</a> Сайт: <a href="http://www.fki.or.kr/en/">http://www.fki.or.kr/en/</a>
Центральная служба поддержки бизнеса Республики Корея	Адрес: 2406, Chungang Heightsville 23 Ansancheon-Seo Road Danweon-Gu, Ansan-Si, Gyeonggi-Do 15361 E-mail: <a href="mailto:sbammel@koreanconsulting.com">sbammel@koreanconsulting.com</a> Сайт: <a href="https://koreabusinesscentral.com">https://koreabusinesscentral.com</a>
Официальный сайт Республики Корея «Korea.net»	Сайт: <a href="https://www.korea.net/">https://www.korea.net/</a>



**Государственная  
поддержка экспорта  
продукции АПК**

---



**11**



## Действующие меры господдержки

### Программа льготного кредитования

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

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

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





**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

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

### Программа создания и модернизации объектов АПК

Поддержка создания и модернизации объектов АПК путем возмещения части прямых понесенных затрат производителю на объекты, создание или модернизация которых начаты не ранее чем за 3 года до подачи заявки на получение господдержки в размере до 20 или 25% от фактической стоимости объекта.


- Отрасли:**
-  масложировая отрасль  
(переработка масличных культур)
  -  зерновые  
(глубокая переработка зерна)
  -  рыба и морепродукты  
(переработка и консервирование рыбы)
  -  молочная отрасль  
(производство сухих молочных продуктов)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

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

## Программа стимулирования производства масличных культур

Стимулирование производства масличных культур (бобы соевые и семена рапса) путем возмещения части затрат, возникающих при реализации региональных проектов, по ставке из расчета на 1 тонну прироста объема производства.

- Отрасли:**
-  продукция масложировой отрасли  
(бобы соевые и семена рапса)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и РОУ АПК

**Регулирование:** [постановление Правительства Российской Федерации от 05.02.2020 № 86](#)

## **Программа льготного лизинга оборудования**

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






**Отрасли:** все отрасли (акцент на пищевую и перерабатывающую промышленность)

**Компетентные органы:** Минсельхоз России

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

## Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

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

- Отрасли:**
-  живые животные
  -  мясо и пищевые мясные субпродукты, молочная продукция
  -  рыба и морепродукты
  -  живые растения, луковицы, корни
  -  злаки (пшеница, ячмень, кукуруза)
  -  жиры и масла животного и растительного происхождения
  -  сахар и кондитерские изделия, какао и продукты из него
  -  продукты переработки овощей и фруктов
  -  алкогольные и безалкогольные продукты
  -  остатки и отходы пищевой промышленности
  -  органические химические вещества, белковые вещества
  -  необработанные шкуры






**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

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

## Программа компенсации затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

Компенсация части затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках. Возмещается 50 или 90% объема затрат, фактически понесенных производителями в течение 12 месяцев.

Получить компенсацию можно при условии сертификации продукции АПК, которая включена в соответствующий перечень, утвержденный Минсельхозом России.

- Отрасли:**
-  продукция масложировой отрасли
  -  рыба и морепродукты
  -  мясная продукция
  -  молочная продукция
  -  продукция пищевой и перерабатывающей промышленности

**Компетентные органы:** Минсельхоз России и АО «РЭЦ»

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

## Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

В рамках федерального проекта «Экспорт продукции АПК» национального проекта «Международная кооперация и экспорт» АО «РЭЦ» реализует программу по созданию (управлению и содержанию) постоянно действующих дегустационно-демонстрационных павильонов российских продуктов питания в иностранных государствах.

Программа создает условия для эффективной коммуникации с потенциальными потребителями продукции за рубежом.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** АО «РЭЦ»

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

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

Возмещение российским экспортерам отдельных видов затрат, связанных с самостоятельным участием в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых за пределами Российской Федерации. Для субъектов малого и среднего предпринимательства лимит составляет 700 тыс. рублей, для крупного — 2 млн рублей.

**Отрасли:** все отрасли

**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

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



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

Софинансирование от 50 до 80% затрат на участие в международных конгрессно-выставочных мероприятиях и деловых миссиях осуществляется в целях финансового обеспечения затрат на реализацию мероприятий, направленных на развитие инфраструктуры повышения международной конкурентоспособности, включая продвижение высокотехнологичных, инновационных и иных видов продукции и услуг на внешние рынки.

**Отрасли:** все отрасли

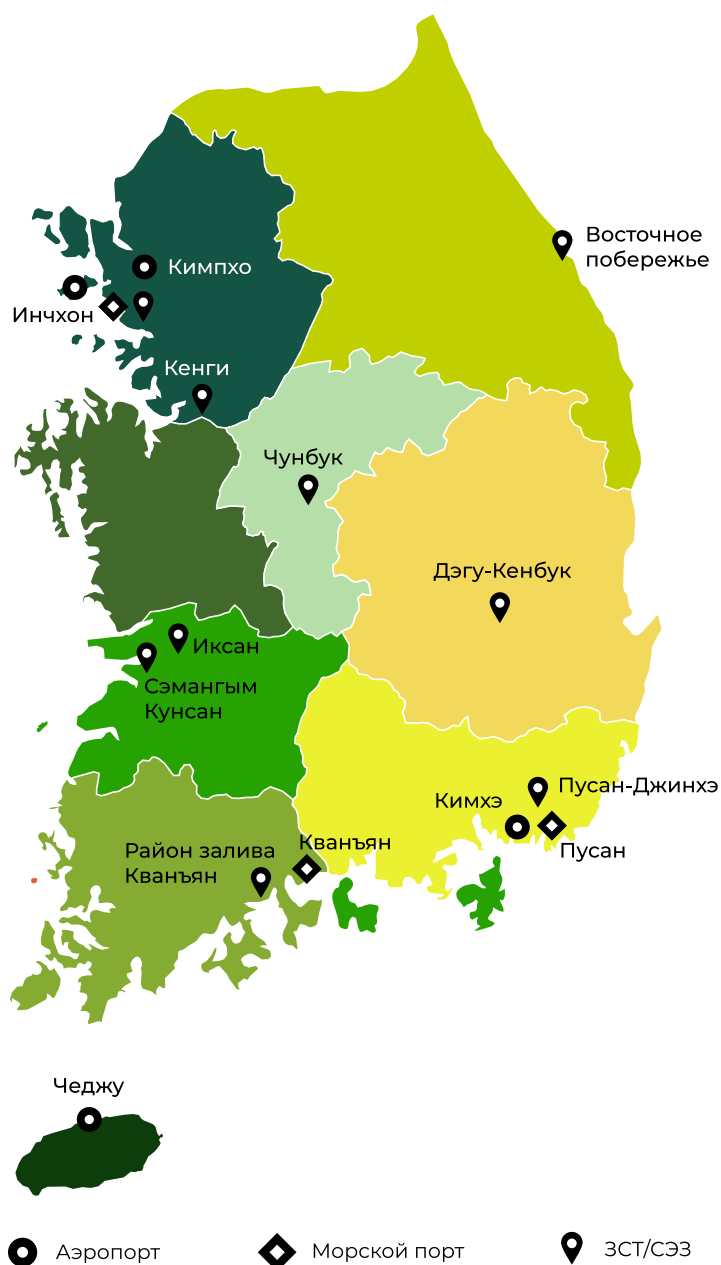
**Компетентные органы:** Минпромторг России и АО «РЭЦ»

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

# Приложение №1.

## Особые экономические зоны

С целью привлечения иностранных инвестиций и развития страны как важнейшего экономического, финансового и логистического центра Северо-Восточной Азии правительство Республики Корея использует три формы особых экономических зон: свободные экономические зоны (СЭЗ), зоны свободной торговли (ЗСТ) и свободные инвестиционные зоны (СИЗ).



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

## ЗСТ

В 1970 г. была создана первая ЗСТ в городе Масан, затем такие зоны были открыты в Иксане, Кунсане и других городах и регионах. ЗСТ ориентированы на электронную, машиностроительную, текстильную и другие отрасли<sup>11</sup>.

## СЭЗ

По состоянию на январь 2021 г. в стране действует восемь СЭЗ: Инчхон (Incheon Free Economic Zone); Пусан-Джинхэ (Busan-Jinhae Free Economic Zone); район залива Кванъян (Gwangyang Bay Free Economic Zone); Кенги (Gyeonggi Free Economic Zone), она же СЭЗ Желтого моря (Yellow Sea Free Economic Zone); Дэгу-Кенбук (Daegu-Gyeongbuk Free Economic Zone); район Восточного побережья (East Coast Free Economic Zone); Чунбук (Chungbuk Free Economic Zone); Сэмангым Кунсан (Saemangeum-Gunsan Free Economic Zone)<sup>12</sup>.

К агропромышленному сектору и логистическим процессам имеют отношение следующие СЭЗ:

- **Инчхон**, расположенная недалеко от одноименного международного узлового аэропорта. Также здесь находится современный порт, способный принимать суда вместимостью до 12 тыс. TEU<sup>13</sup>. Зона создавалась как международный логистический центр. Благодаря близости к крупным городам Китая, включая Пекин и Шанхай, по праву считается одной из лучших площадок для выхода на рынок Восточной Азии.
- **Пусан-Джинхэ** в провинции Южный Кенсан является одним из важнейших центров железнодорожной и портовой логистики в Северо-Восточной Азии. Расположенный на территории СЭЗ порт Пусан связан с основными пунктами морской перевозки, включая 63 порта в Японии, 40 портов в Китае, 6 портов в России, и является крупнейшим логистическим центром портового типа в Республике Корея. Пусан-Джинхэ обрабатывает 75% общего объема грузов Республики Корея и занимает шестое место в мире по грузообороту контейнеров и второе место по перевалке.
- **Кванъян** в провинции Южный Кенсан расположена вдоль главного морского тихоокеанского торгового пути и ориентирована на логистические услуги, обрабатывающую промышленность и туризм. На территории СЭЗ расположен промышленный комплекс Сепунг, где сосредоточено производство продуктов питания, функциональных химикатов и биоупаковочных материалов.

---

<sup>11</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>

<sup>12</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>;  
<https://www.forbes.com/custom/2017/03/10/koreas-free-economic-zones/>;  
<http://www.fez.go.kr/global/en/intro/greeting.do>

<sup>13</sup> TEU — единица объема, используемая в статистике морских и железнодорожных перевозок, эквивалент 20-футового контейнера.

- **Кенги** — СЭЗ с доступом к основным автомагистралям и железной дороге, а также международным аэропортам Инчхон и Чхонджу. Специализируется в том числе на логистических услугах, производстве, исследованиях и разработках. На территории зоны расположен логистический комплекс Anseong Wongok.
- **СЭЗ Восточного побережья** является кластером цветных металлов, а также логистическим узлом, связывающим Республику Корея с Японией, Россией и Китаем<sup>14</sup>.

В СЭЗ для компаний с иностранными инвестициями предусмотрены следующие льготы:

- полное освобождение от уплаты государственных налогов в течение пяти лет и освобождение от уплаты местного налога на приобретение недвижимости;
- различные формы поддержки бизнеса, включая денежные субсидии, инфраструктурное обеспечение, аренду помещений и образовательных/исследовательских объектов.



<sup>14</sup> <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-economy-2019-6/19-zorina.pdf>

## СИЗ

СИЗ ориентированы на привлечение иностранного капитала и развитие технологий. В рамках поставленных задач действуют административные, налоговые и социальные преференции. Налоговые льготы изложены в [Законе «Об особом налогообложении»](#).

Для развития экономики страны большую роль играют промышленные комплексы, ориентированные на обрабатывающую промышленность. В 2018 г. в западной части Южной Кореи, в Иксане, был создан корейский национальный продовольственный кластер [Foodpolis](#). Он имеет хороший доступ к транспортной инфраструктуре, включая высокоскоростную железную дорогу Хонам и основные автомагистрали. На территории промышленного комплекса сосредоточены предприятия по производству продуктов питания, переработке сельскохозяйственного сырья и морепродуктов, научно-исследовательские институты и общественные организации. Foodpolis обеспечивает удобный доступ на продовольственный рынок стран Северо-Восточной Азии.

### **Корейский продовольственный кластер Иксан**

Foodpolis — комплекс пищевой промышленности в Иксане (провинция Северная Чолла), созданный Министерством сельского хозяйства, продовольствия и сельских дел Кореи (Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs) для привлечения инвестиций отечественных и международных продовольственных компаний. Пищевой кластер ориентирован на развитие глобального агропродовольственного экспорта и НИОКР. В комплексе расположены предприятия, научно-исследовательские институты и общественные организации.

### **Льготы**

При объеме инвестиций не менее 100 млн долл. США предоставляются следующие льготы:

- полное освобождение от государственных налогов и налога на прибыль в первые три года и снижение на 50% в последующие два года;
- полное освобождение от местных налогов и сборов, а также имущественного налога и платежей при приобретении/регистрации имущества в первые 15 лет;
- таможенные льготы при приобретении новых средств производства в первые пять лет.

# Приложение №2.

## Нормативно-правовая база

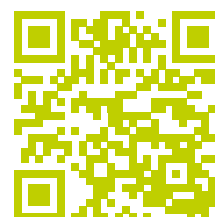
При выходе на рынок Республики Корея следует учитывать положения законодательства страны. Для работы экспортеров наиболее важны следующие нормативные правовые акты:

- [Гражданский кодекс — Закон № 471 от 22 февраля 1958 г.;](#)
- [Закон «О содействии иностранным инвестициям» № 5559 от 16 сентября 1998 г.;](#)
- [Закон «О коммерции» № 10696 от 23 мая 2011 г.;](#)
- [Закон «Об операциях с иностранной валютой» № 09374 от 30 января 2009 г.;](#)
- [Закон «О таможене» № 10424 от 30 января 2010 г.;](#)
- [Закон «О честной торговле и регулировании монополии» № 4198 от 13 января 1990 г.;](#)
- [Закон «О предотвращении недобросовестной конкуренции и защите коммерческой тайны» № 911 от 30 декабря 1961 г.;](#)
- [Закон «О свободных экономических зонах» № 9401 от 30 января 2009 г.;](#)
- [Закон «О патентах» № 4207 от 13 января 1990 г.;](#)
- [Закон «О товарном знаке» № 4210 от 13 января 1990 г.;](#)
- [Закон «О честной маркировке и рекламе» № 5814 от 5 февраля 1999 г.;](#)
- [Закон «О трудовых стандартах» № 8372 от 11 апреля 2007 г.;](#)
- [Закон «О регулировании торговли после заключения соглашения о свободной торговле» № 09631 от 22 апреля 2009 г.](#)

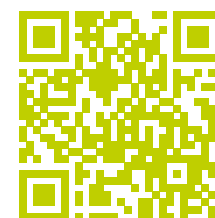
Законодательство Южной Кореи на английском языке размещено на [сайте Национального института исследований законодательства](#). Ряд законодательных и подзаконных актов в отношении иностранцев представлен на английском языке на [сайте Национальной ассамблеи](#).

# Полезная информация на сайте **Агроэкспорта**

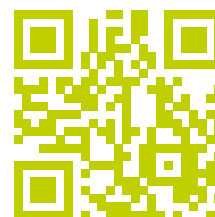
[Аналитика](#) — раздел содержит аналитические обзоры по ключевым продуктам и наиболее перспективным зарубежным рынкам, отраслевые обзоры и оперативную статистику российского аграрного экспорта.



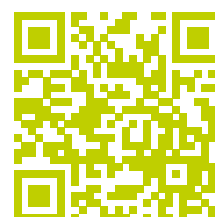
[Господдержка](#) — в разделе собрана информация о действующих мерах господдержки для российских сельхозпроизводителей и подробные инструкции по участию в каждой из представленных программ.



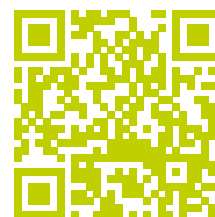
[Мероприятия](#) — в разделе вы найдете информацию о международных мероприятиях для российских экспортеров аграрной продукции, а также анонсы предстоящих мероприятий ФГБУ «Агроэкспорт».



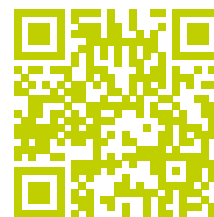
[Продвижение](#) — в разделе публикуются все экспортные гиды и краткие версии концепций продвижения, разработанные ФГБУ «Агроэкспорт».



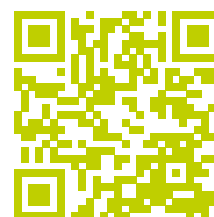
[Барьеры](#) — постоянно обновляемая база данных по статусу доступа российской продукции на зарубежные рынки.



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



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



## **Мы в социальных сетях:**

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

Telegram: [www.t.me/mcxae](http://www.t.me/mcxae)

Яндекс Дзен: <https://www.zen.yandex.ru/id/5ddd1a7cd8a5147cefe9d66c>



## **Связаться с нами:**

---

Сайт: [www.aemcx.ru](http://www.aemcx.ru)

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

Почта: [info@aemcx.ru](mailto:info@aemcx.ru)

Вконтакте: <https://vk.com/aemcx>

