

Экспортный гид

Масло подсолнечное



Турция



Экспортный гид

Масло подсолнечное



Турция

Гид создан при участии:



Предисловие

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

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

© Все права защищены.

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



Оглавление

Резюме	5
Список сокращений.....	7
Введение	9
1. Краткий обзор — Турция	12
1.1. Экономические тенденции	14
1.2. Политические тенденции.....	21
1.3. Демографические тенденции	23
1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны.....	25
2. Обзор рынка.....	28
2.1. Объем и динамика рынка	30
2.2. Потребительские предпочтения	47
2.3. Торгово-распределительная сеть.....	50
2.4. Конкурентная среда и участники рынка	55
3. Требования и стандарты на продукцию	58
3.1. Контролирующие органы.....	60
3.2. Требования к продукции.....	60
3.3. Требования к упаковке и маркировке	61
4. Особенности и барьеры входа на рынок	64
4.1. Особенности таможенных процедур.....	66
4.2. Тарифные и нетарифные барьеры.....	67
5. Организация экспортных поставок	69
5.1. Логистика.....	71
5.2. Осуществление валютно-финансовых операций	82
5.3. Формы присутствия на рынке	85
5.4. Защита интеллектуальной собственности.....	88
6. Продвижение продукции.....	93
6.1. Ключевые факторы успеха на рынке	95
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки	95
7. Особые экономические зоны	97
8. Особенности ведения бизнеса	102
9. Преимущества и риски осуществления поставок	109
9.1. Преимущества.....	111
9.2. Риски	112

10. Карта действий экспортера	114
11. Контактная информация	117
11.1. Потенциальные партнеры	119
11.2. Профильные организации	120
12. Государственная поддержка экспорта продукции АПК	122
Приложение №1. Нормативно-правовая база.....	129

Резюме

- Турция — государство площадью 783,6 тыс. км², расположенное в Европе и Азии. Население страны — 85,3 млн человек, 70-75% которого составляют этнические турки. ВВП страны в 2022 г. составил 905,8 млрд долл. США. В структуре ВВП с долей 51,2% преобладает сфера услуг, на долю промышленности и сельского хозяйства приходится 31,9% и 6,5% соответственно.
- Сельское хозяйство играет важную роль в экономике страны — в аграрном секторе работает 17,1% от общего числа занятых. Сельскохозяйственное производство Турции развивается, главным образом, за счет выгодных экономико-географических условий.
- Турция активно наращивает как импорт, так и экспорт сельскохозяйственной продукции. В 2022 г. в страну было ввезено продукции АПК на сумму 23,2 млрд долл. США. Экспорт сельскохозяйственной продукции в указанный период также показывает положительную динамику — к 2022 г. его объем достиг 29,9 млрд долл. США.
- Основными импортируемыми Турцией продуктами АПК являются пшеница, подсолнечное масло, соевые бобы, пальмовое масло и кукуруза. В структуре экспорта наиболее важны подсолнечное масло, мука пшеничная или пшенично-ржаная, мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, мясо птицы и фундук. Страна является нетто-экспортером продукции АПК.
- Производство семян подсолнечника в 2022/23 МГ в Турции составило 1,9 млн тонн при объеме посевных площадей 790 тыс. га. Кроме того, Турция является одним из крупнейших мировых импортеров семян подсолнечника. В 2022 г. Турция импортировала 826,4 тыс. тонн семян подсолнечника на сумму 647,7 млн долл. США.
- Производство подсолнечного масла в Турции в 2022/23 МГ составило 1,1 млн тонн, однако, согласно прогнозу USDA, в 2023/24 МГ ожидается сокращение показателя вследствие снижения урожая семян подсолнечника.
- Подсолнечное масло — самое популярное среди всех видов растительных масел в Турции. Его общее и среднечеловеческое потребление в стране неизменно растет, и к 2022/23 МГ достигло 1 340 тыс. тонн. Этот рост связывают с увеличением численности населения, а также с отсутствием доступных альтернативных видов масла.
- Турция входит в число крупнейших мировых экспортеров подсолнечного масла. В 2022 г. страна экспортировала 1 079,4 тыс. тонн сырого и рафинированного подсолнечного масла на общую сумму 1 888,4 млн долл. США. Крупнейшими импортерами подсолнечного масла из Турции являются Ирак и Джибути.

- Для обеспечения потребностей внутренней перерабатывающей отрасли Турция активно импортирует сырое подсолнечное масло, на долю которого приходится более 99% поставок подсолнечного масла в страну.
- Россия и Украина — крупнейшие поставщики подсолнечного масла в Турцию, на долю которых в 2022 г. пришлось 52,6% и 45,3% общего объема импорта данного вида продукции в натуральном выражении соответственно.

Список сокращений

Англоязычные сокращения

FIOS	Free In and Out Stowed — условие фрахта судна, когда погрузка и выгрузка груза выполняются за счет отправителя
FOSFA	Federation of Oils, Seeds and Fats Associations — Федерация ассоциаций по торговле маслами, масличными культурами и жирами
GDFC	General Directorate of Food and Control — Главное управление продовольствия и инспекции
HoReCa	Hotel, Restaurant, Cafe — гостинично-ресторанный бизнес
Incoterms	International commercial terms — международные правила, признанные правительственными таможенными органами, юридическими компаниями и предпринимателями по всему миру как основные условия для международной торговли
IPPC	International Plant Protection Convention — Международная конвенция по защите растений. Клеймо IPPC подтверждает, что деревянная тара прошла фитосанитарную обработку
ISO	International Organization for Standardization — Международная организация по стандартизации
ITC Trade Map	Внешнеторговая статистика Международного торгового центра (МТЦ)
USDA	U.S. Department of Agriculture — Министерство сельского хозяйства США

Русскоязычные сокращения

АПК	Агропромышленный комплекс
ВВП	Валовый внутренний продукт
ВОИС	Всемирная организация интеллектуальной собственности
ВТО	Всемирная торговая организация
МВФ	Международный валютный фонд
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ППС	Паритет покупательной способности

Список сокращений

РНБ	Режим наибольшего благоприятствования
РОУ АПК	Региональные органы управления агропромышленным комплексом
ТН ВЭД	Товарная номенклатура внешнеэкономической деятельности

Введение





Турецкая Республика (далее — Турция) — трансконтинентальное государство, расположенное на азиатском и европейском континентах. Этнические турки составляют 70–75% населения. В 2022 г. страна занимала 19-е место в мире по уровню ВВП. На долю аграрного сектора приходится 6,5% ВВП и 17,1% от общего числа занятых. Стабильное развитие АПК в Турции обеспечивается, главным образом, за счет выгодных экономико-географических условий.

Общие сведения (2022 г.)

ВВП в текущих ценах: 909,8 млрд долл. США

Рост ВВП: 5,5%

ВВП по ППС на душу населения (в текущих ценах): 39 314 долл. США

Уровень инфляции: 72,3%

Приток ПИИ: 12,9 млрд долл. США

Население: 85,3 млрд человек

Площадь страны: 783,6 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель (2021 г.): 380,9 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Стамбул (15,9 млн чел.), Анкара (5,8 млн), Измир (4,5 млн), Бурса (3,2 млн), Анталья (2,7 млн чел.)

Уровень урбанизации: 77%

Уровень безработицы: 10%

Структура ВВП: сельское хозяйство (6,5%), промышленность (31,9%), сфера услуг (51,2%)

Структура занятости (2021 г.): услуги сельское хозяйство (17,1%), промышленность (26,5%), сфера услуг (56,3%)

Объем экспорта АПК: 29,9 млрд долл. США

Основные товары экспорта: масло подсолнечное, мука пшеничная или пшенично-ржаная, мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, мясо птицы, фундук (лесные орехи)

Объем импорта АПК: 23,2 млрд долл. США

Основные товары импорта: пшеница, масло подсолнечное, соевые бобы, масло пальмовое, кукуруза

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, Международная организация труда, ITC Trade Map, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

Примечание. Структура ВВП представлена согласно данным Всемирного банка.

Краткий обзор — Турция



1

Содержание



1.1.

Экономические тенденции

1.3.

Демографические тенденции

1.2.

Политические тенденции

1.4.

Влияние тенденций
на потребительский рынок страны

1.1. Экономические тенденции

В последние годы эффект от предпринятых макроэкономических и структурных реформ в начале 2000-х годов, способствующий стремительному социально-экономическому развитию страны, стал слабеть, что привело к замедлению роста производительности, а экономический рост стал все больше зависеть от внешнего финансирования и стимулирования внутреннего спроса. Тем не менее турецкая экономика была одной из немногих, которой удалось избежать существенного сокращения в период пандемии COVID-19 в 2020 г. По итогам 2021 г. показатель ВВП вырос на 11,4% — это один из самых высоких показателей среди основных развивающихся стран. Снятие ограничений в 2021 г. способствовало более сильному, чем ожидалось ранее, росту внутреннего спроса, и, как следствие, восстановлению экономики, в первую очередь, за счет расходов домохозяйств. В допандемийные годы замедление темпов роста экономики Турции носило все более выраженный циклический характер.

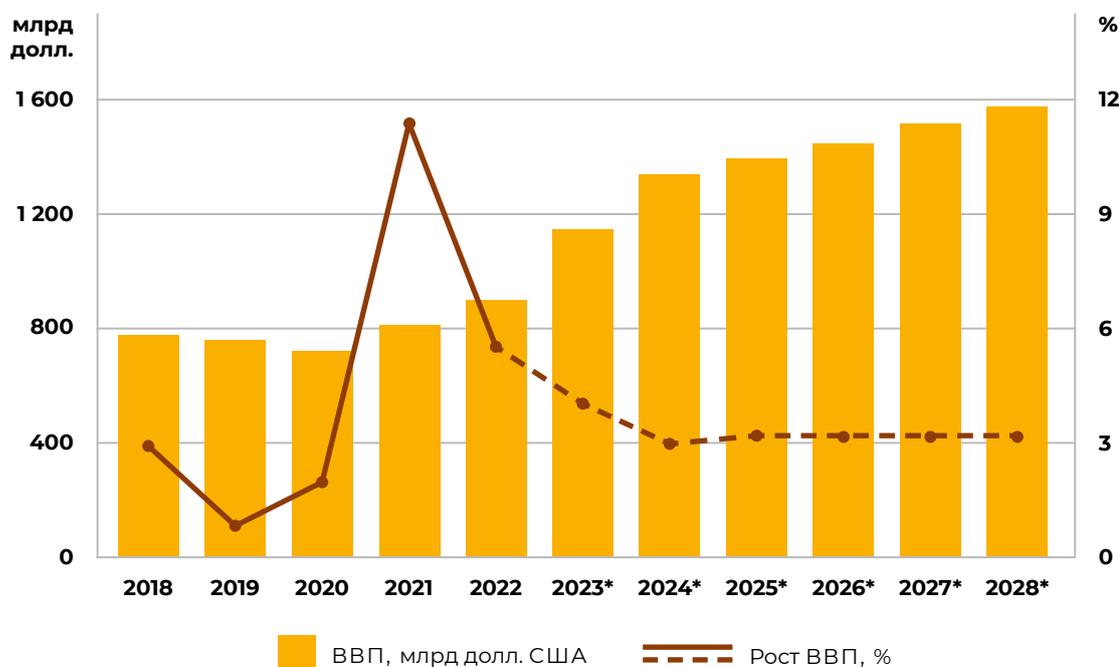
Принятая экономическая модель Турции, которая включает низкие процентные ставки, а также сложный комплекс мер регулирования для направления кредитов в отдельные сектора экономики и содействия более широкому обращению турецкой лиры в экономике, усугубила уязвимость Турции перед внешними вызовами, что стало наиболее выражено в течение 2022-2023 гг. На фоне сложной глобальной экономической ситуации и вызывающей вопросы денежно-кредитной политики темпы роста реального ВВП Турции снизились с 11,4% в 2021 г. до 5,5% в 2022 г.

Замедление внутреннего и внешнего спроса, глобальная геополитическая напряженность и значительные макроэкономические дисбалансы оказывали дальнейшее влияние на экономику страны в течение 2023 г. Помимо этого, воздействие на экономику оказывает сверхвысокая инфляция, растущий дефицит текущего счета и значительный уровень внешнего долга, а также социально-экономические последствия крупнейших и смертоносных землетрясений за последнее столетие, произошедших в феврале 2023 г.¹ Хронический дисбаланс в торговле является ключевой уязвимостью для экономики с оборотом в 900 млрд долл. США, которую Правительство Турции планирует преодолеть путем снижения зависимости от импорта. Новые экономические цели, одобренные правительством, прогнозируют сокращение дефицита текущего счета примерно с 4% ВВП в 2023 г. до 3,1% в 2024 г. Однако, согласно прогнозам Bloomberg, долгосрочного улучшения текущего счета пока не предвидится. С учетом этого МВФ прогнозирует, что экономический рост снизится примерно до 4,0% в 2023 г.

¹ Bloomberg (17 марта 2023 г.): Землетрясения, потрясшие юго-восток Турции в феврале, нанесли ущерб в размере около 2 трлн лир (103,6 млрд долл. США), заявило правительство президента Реджепа Тайипа Эрдогана в официальной оценке. Согласно оценкам, ущерб для экономики составит около 9% от ВВП в 2023 г. Согласно отчету, на 11 провинций, пострадавших от землетрясений, приходилось 9,8% национальной экономики и 8,6% экспорта в 2022 г., а также около 15% сельскохозяйственного производства и долю в экспорте текстиля свыше 35%.

Согласно анализу Венского института международных экономических исследований, Турция обладает огромным потенциалом экономического роста. Однако для этого необходимо достигнуть большей политической и макроэкономической стабильности. Предполагается, что изменение вектора направленности денежно-кредитной политики и сохранение его в ближайшие годы, сократит высокое инфляционное давление и стремительное ослабление турецкой лиры по отношению к доллару США и Евро. Кроме того, потребуются решить проблему высокого дефицита текущего счета, который в последние годы стало труднее финансировать, сделав Турцию зависимой от меняющихся настроений иностранных инвесторов и агрессивной денежно-кредитной политики ФРС США; необходимо стимулировать внутреннее промышленное производство с целью уменьшения зависимости экономического роста от расходов домохозяйств, финансируемых за счет кредитов.

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



Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

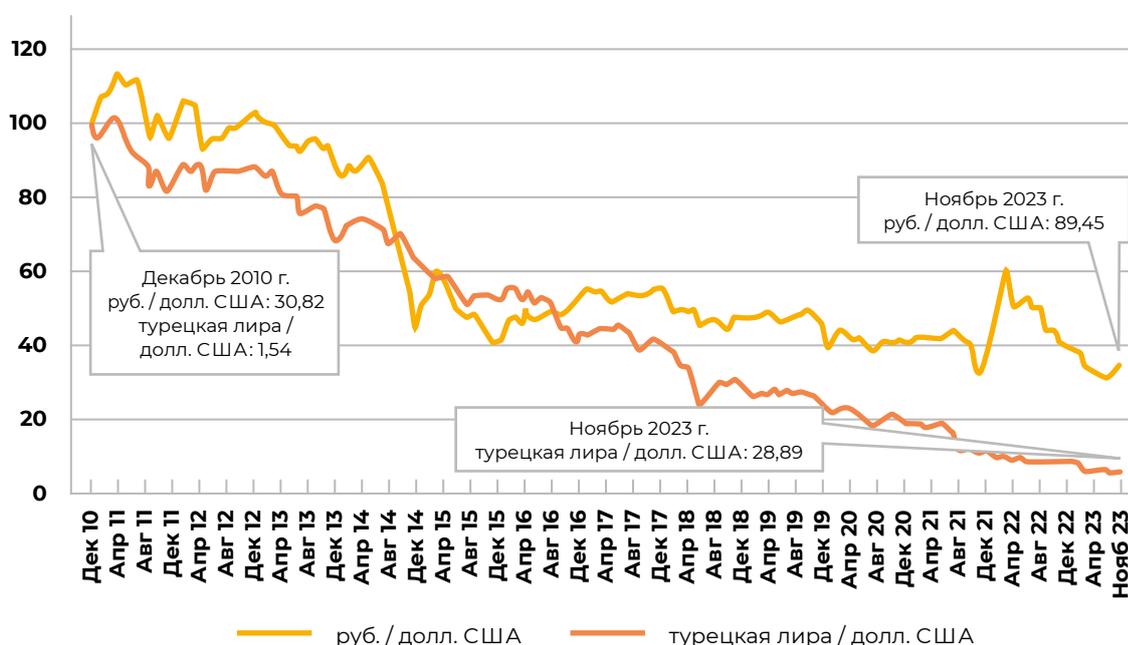
Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 17.11.2023 г.

Оцениваемый экономистами риск обменного курса для Турции остается очень высок, что обуславливает уязвимость экономики перед повышением процентных ставок ФРС США. Другие факторы включают рост затрат на погашение долга в иностранной валюте для турецких корпораций, большие потребности во внешнем финансировании, а также нестабильные отношения с США. Продажа резервов в 2019-2020 гг. сделала валюту крайне уязвимой к волатильности финансового рынка. С ноября 2020 г. по сентябрь 2021 г. лира временно стабилизировалась после повышения ключевой ставки, но с тех пор значительно пострадала.

Несмотря на высокие темпы роста экономики и инфляции, в четыре раза превышающую целевой показатель, в конце 2021 г. ставки были вновь агрессивно снижены, что привело к значительному давлению на лиру, которое удалось ослабить только благодаря крупным валютным интервенциям и введению системы депозитов, защищенных валютой. За этими шагами последовали все более сложные меры макроэкономического регулирования, направленные на поощрение владения активами в местной валюте.

В итоге, лира неуклонно дешевела — обменный курс национальной валюты вырос с 7,31 лиры за долл. США в 2021 г. до 18,69 лиры за долл. США. Такой колоссальный рост вызван негативным эффектом на проводимую неортодоксальную денежно-кредитную политику Турции. В течение 2022 г. турецкая лира постоянно ослабевала, достигая каждый раз нового рекордного уровня по мере того, как Центральный банк Турции продолжал снижать процентные ставки с поправкой на инфляцию, а ФРС США повышал процентные ставки, усиливая тем самым давление на валюты развивающихся рынков. В конце ноября 2022 г. Центральный банк Турции остановил цикл смягчения денежно-кредитной политики с процентной ставкой на уровне 9,0%. Результатом снижения процентных ставок стало достижение турецкой лиры рекордно низкого уровня и обесценивание по отношению к доллару США на 86,2% в 2022 г.

Рис. 2. Динамика курсов российского рубля и турецкой лиры к доллару США, декабрь 2010 г. – ноябрь 2023 г.



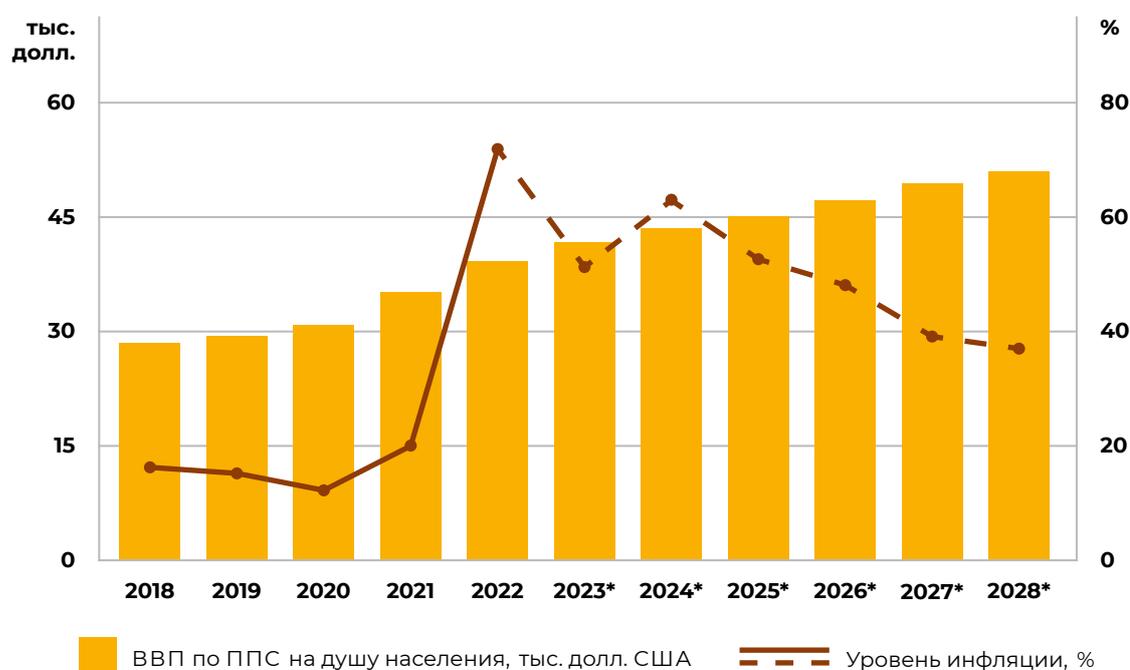
Источник: Банк международных расчетов, финансовый портал Investing.com

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

На протяжении 2018–2022 гг. ВВП по ППС на душу населения Турции имел положительную динамику. Начиная с 2021 г. ВВП по ППС на душу населения Турции рос ускоренными темпами, а в 2022 г. показатель составил 39 314,0 долл. США, превысив допандемийный уровень на 32,3%. По прогнозам МВФ, к 2028 г. ВВП по ППС на душу населения достигнет 51 239,5 долл. США.

Девальвация турецкой лиры привела к быстрому росту цен на импорт, что сделало энергию, продукты питания и другие товары намного дороже внутри страны. Из-за более высоких затрат на импорт, продолжающихся перебоев в цепочках поставок, резкого роста цен на энергоносители, продукты питания и сырьевые товары, а также высокого внутреннего спроса, уровень инфляции в Турции увеличился до рекордных 72,3% по итогам 2022 г. по сравнению с 19,6% годом ранее.

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



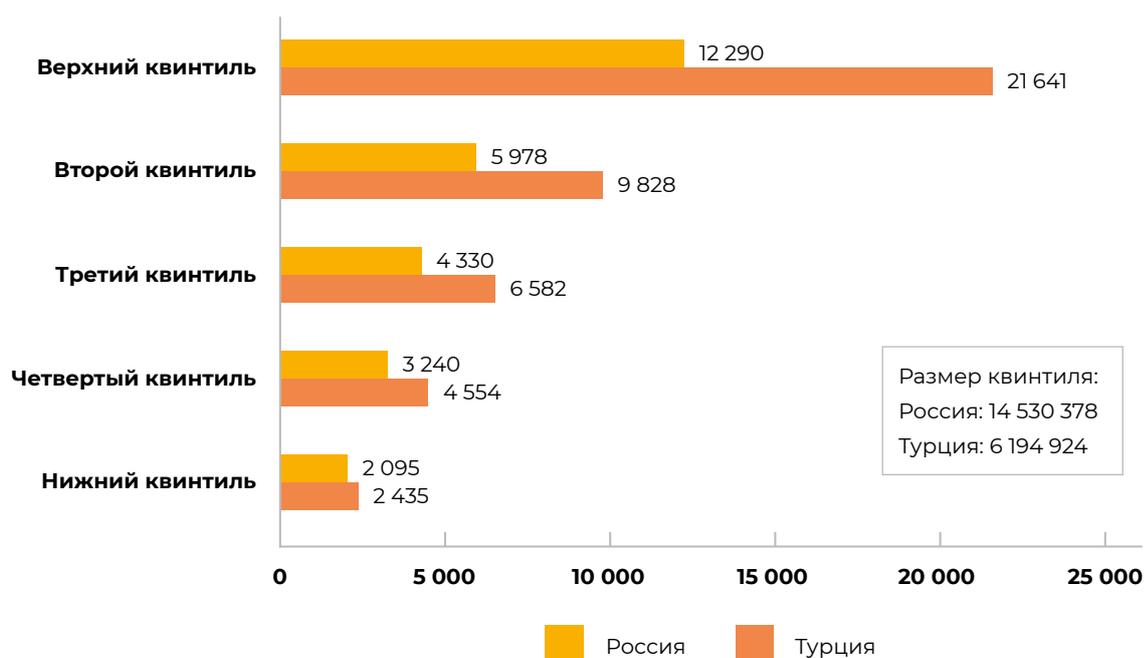
Источник: МВФ (доклад *World Economic Outlook*)

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 17.11.2023 г.

Доходы на душу населения в Турции выросли, однако они распределены среди жителей страны неравномерно. Практически половина национального дохода приходится на первый квинтиль. Существенное социальное неравенство в Турции обусловлено рядом причин, включая региональные диспропорции в уровне социально-экономического развития, между сельским и городским населением, разные возможности образования, различия по видам экономической деятельности населения, а также значительную долю иностранного населения, постоянно проживающего в стране, и беженцев. Сверхвысокая инфляция в Турции в течение 2021-2023 гг., которая осенью 2022 г. достигала 24-летнего

максимума, приводит к огромному перераспределению доходов между бедными и богатыми группами населения, что еще больше увеличивает неравенство в распределении доходов в стране.

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



Источник: Всемирный банк, МВФ, ООН

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

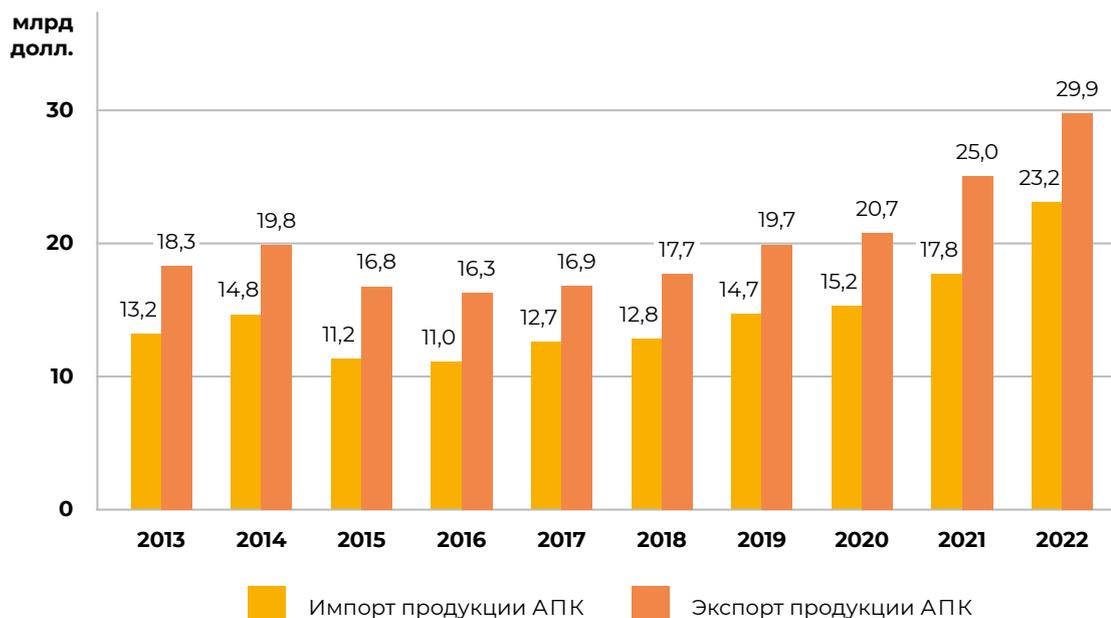
Внешняя торговля продукцией АПК

Аграрный сектор играет важную роль в экономике Турции и динамично развивается: объем сельскохозяйственного ВВП за 2002–2022 гг. увеличился в 2,4 раза — с 24,5 млрд долл. США до 58,5 млрд долл. США. На долю сельскохозяйственного сектора приходится 6,5% в ВВП, а доля занятого населения в аграрном секторе составляет 17,1%. Стабильное развитие АПК в Турции обеспечивается, главным образом, за счет выгодного экономико-географического положения и климата.

При этом вовлеченность Турции в мировую торговлю продукцией АПК росла опережающими темпами по сравнению с производством. Так, турецкий агроимпорт с 2002 г. увеличился почти в 8 раз до 23,2 млрд долл. США в 2022 г., продемонстрировав среднегодовой темп роста на уровне 11%. Агрэкспорт Турции за этот же период вырос до 29,9 млрд долл. США со среднегодовым темпом роста на уровне 10%.

Основными продуктами АПК во внешней торговле являются пшеница, масло подсолнечное, соевые бобы, мука пшеничная или пшенично-ржаная, мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, масло пальмовое, кукуруза, мясо птицы, и другие продукты. На протяжении всего рассматриваемого периода, Турция является нетто-экспортером продукции АПК.

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



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Масло подсолнечное	1 888,4	6,3
Мука пшеничная или пшенично-ржаная	1 497,9	5,0
Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	1 399,0	4,7
Мясо птицы	1 089,1	3,6
Фундук (лесные орехи)	971,9	3,3
Макаронные изделия	964,5	3,2
Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	933,1	3,1

Продолжение табл. 1.

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
Шоколадные кондитерские изделия	841,8	2,8
Овощи, приготовленные или консервированные без уксуса	816,5	2,7
Сахаристые кондитерские изделия	795,7	2,7
Прочие продукты	18 675,1	62,5
Итого	29 872,9	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.

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

Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
Пшеница	3 355,9	14,5
Масло подсолнечное	2 204,1	9,5
Соевые бобы	2 050,4	8,8
Масло пальмовое	1 206,3	5,2
Кукуруза	1 166,3	5,0
Жмых и шрот соевые	814,3	3,5
Семена подсолнечника	647,7	2,8
Ячмень	538,0	2,3
Пищевые продукты прочие	490,2	2,1
Сахар свекловичный и тростниковый	445,5	1,9
Прочие продукты	10 290,3	44,3
Итого	23 209,0	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 01-24.



1.2. Политические тенденции

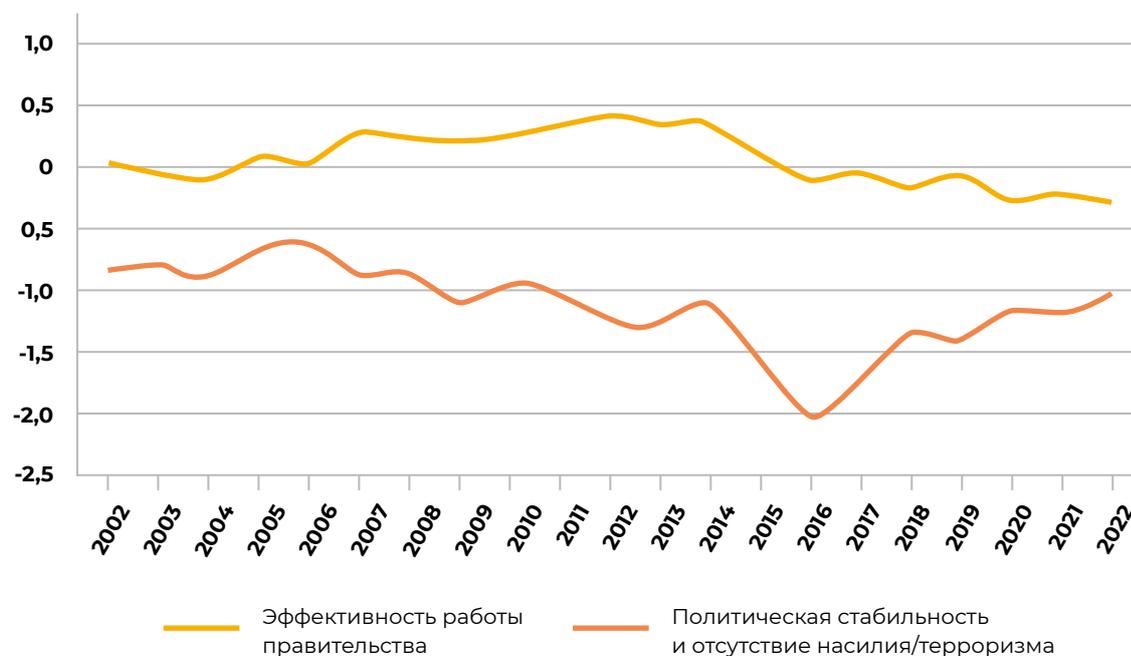
Турция — президентская республика с многопартийной системой. Основным законом страны является принятая на референдуме 1982 г. конституция, действующая в настоящее время в редакции 2017 г. По форме государственного устройства является унитарным государством, разделенным на 81 провинцию. Глава государства и правительства — президент, избираемый всеобщим голосованием каждые пять лет с возможностью переизбрания на второй срок. Исполнительная власть осуществляется Кабинетом, который функционирует под руководством президента и включает вице-президента и министров. К полномочиям главы государства относятся обеспечение национальной безопасности, обнародование принятых парламентом законов, инициирование референдумов, направление на обсуждение в парламент проекта государственного бюджета, ратификация и обнародование международных договоров, назначение на должность руководства вооруженных сил, объявление и отмена чрезвычайного положения и т.д. При президенте также функционирует Государственный наблюдательный совет, осуществляющий контроль за работой всех государственных органов и организаций, в уставном капитале которых доля участия государства превышает 50%.

Законодательная власть принадлежит однопалатному парламенту — Великому национальному собранию Турции (600 депутатов), избираемого одновременно с президентом на пять лет. К полномочиям парламента относятся законотворческая деятельность (включая обсуждение и принятие проектов бюджета), объявление войны, вопросы амнистии и помилования, инициирование разбирательств в отношении президента (в том числе объявление ему импичмента), контроль за деятельностью правительства и т.д. Принятие окончательных решений в вопросах законодательства и осуществление других видов деятельности (например, проведение парламентских расследований) возлагается на Генеральную ассамблею парламента. До 2017 г. именно парламент являлся основным органом власти в стране, назначавшим главу государства — премьер-министра, однако после попытки военного переворота в 2016 г. и связанного с ним изменения конституции в 2017 г. широкие полномочия получил президент, в то время как пост премьер-министра был упразднен. По итогам выборов 2023 г. правящую коалицию возглавила Партия справедливости и развития, следующие выборы запланированы на 2028 г.

Судебная власть и избирательная система в Турции являются независимыми, правовое регулирование в целом основывается на принципах романо-германской правовой семьи: в последние десятилетия турецкие кодексы разрабатываются по образцу европейских в рамках долгосрочной стратегии интеграции с ЕС. При этом нормы международного права имеют преимущественную силу над национальными законами. Основная часть дел рассматривается в судах общей юрисдикции, высшее место в иерархии судов занимают Конституционный суд (осуществляет контроль за соответствием законов, указов президента и регламентов парламента конституции), Кассационный суд (последняя апелляционная инстанция в рамках уголовного и гражданского судопроизводства) и Государственный совет (последняя инстанция для рассмотрения решений административных судов по вопросам государственного управления). Правительство и президент издают подзаконные акты, которые, как правило, не ка-

саются основных прав и обязанностей граждан. Дополнительным источником права в Турции также являются судебные прецеденты — решения Кассационного суда и Государственного совета.

Рис. 6. Основные показатели качества государственного управления в Турции



Источник: Всемирный банк (Worldwide Governance Indicators)

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

По данным Всемирного банка, до 2015 г. показатель эффективности работы правительства Турции демонстрировал умеренный рост (значение индекса на пике, в 2012 г., составило 0,43). Однако структурная перестройка системы государственного управления, попытка военного переворота в 2016 г. и дальнейшая макроэкономическая дестабилизация существенно сказались на индексе. В результате началось постепенное снижение показателя до минимального за последние 20 лет значения -0,20 в 2022 г. Показатель политической стабильности и отсутствия насилия в Турции традиционно имеет отрицательные значения и в 2006–2016 гг. демонстрировал преимущественно негативную динамику. Постоянным фактором давления на стабильность Турции является напряженность в юго-восточной части страны и на ее границе (турецко-курдский конфликт, проблема Кипра, конфликты в соседних Сирии и Ираке), однако наиболее резкое снижение индекса до исторического минимума (-2,01) в 2016 г. обусловлено, прежде всего, попыткой военного переворота в стране. После преодоления последствий переворота и нормализации политической жизни показатель стабильности поэтапно восстановился до значений начала 2010-х гг. (-1,04 в 2022 г.).

Во внешней политике Турция придерживается гибкого прагматичного курса, является членом ООН, НАТО, Организации исламского сотрудничества, ОБСЕ, Большой двадцатки, Организации тюркских государств и других международных организаций. За счет своего географического положения Турция — один из ключевых игроков в средиземноморском и ближневосточном регионах, важный транспортно-логистический узел, связывающий Европу и Азию. Под турецким контролем находятся проливы Босфор и Дарданеллы, соединяющие Черное и Азовское моря с остальным мировым океаном. Будучи важным партнером США на Ближнем Востоке (с 1952 г.) и кандидатом на вступление в ЕС (переговоры ведутся с 2005 г.), Турция традиционно проводит независимую внешнюю политику, направленную на поддержание статуса страны как одного из лидеров современного мусульманского мира. Россия является важным торгово-экономическим и геополитическим партнером Турции, государства сотрудничают по самому широкому спектру направлений. Основные механизмы координации взаимодействия между двумя странами — Смешанная межправительственная Российско-Турецкая комиссия по торгово-экономическому сотрудничеству, Российско-Турецкий деловой совет и действующий в рамках Совета по внешнеэкономическим связям Турции Турецко-Российский деловой совет. Совместные заседания деловых советов двух стран проводятся на ежегодной основе.

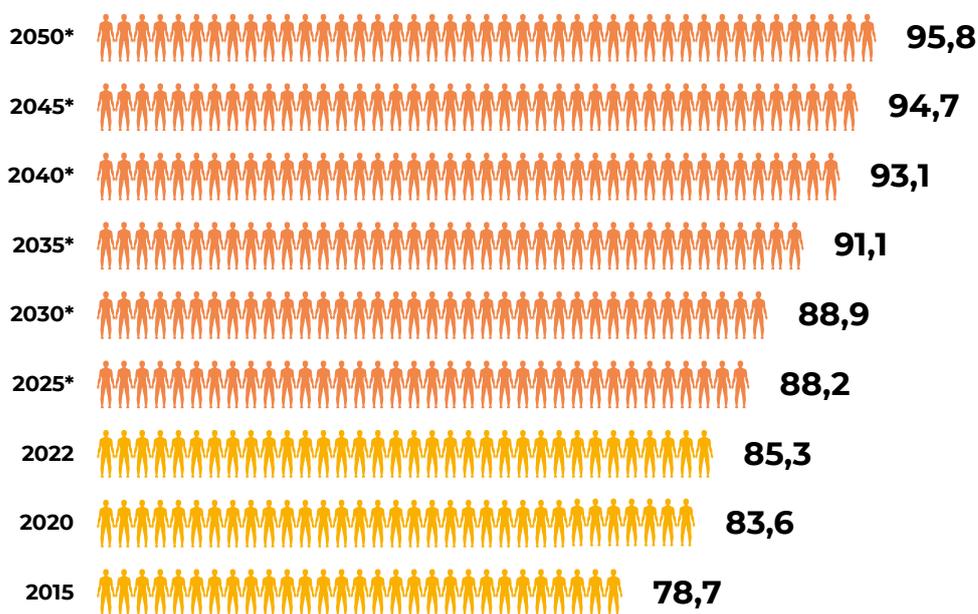
1.3. Демографические тенденции

Численность населения, проживающего в Турции, увеличилась по сравнению с 2021 г. на 599,3 тыс. чел. и на 31 декабря 2022 г. достигла 85,3 млн чел. В Турции 77% населения проживает в городах. Причем доля населения, проживающего в областных и районных центрах в 2022 г. достигла 93,4%. По результатам Адресной системы регистрации населения (ABPRS), иностранное население, проживающее в Турции, увеличилось на 31,8 тыс. человек и составило 1,8 млн человек по итогам 2022 г.

На протяжении 2015-2022 гг. в Турции сохраняется положительная динамика роста населения: среднегодовые темпы роста населения — 1,1% (2015-2022 гг.) и 0,4% (2022-2050 гг.). Ожидается, что к 2050 г. общая численность достигнет 95,8 млн человек.



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



Источник: МВФ, ООН

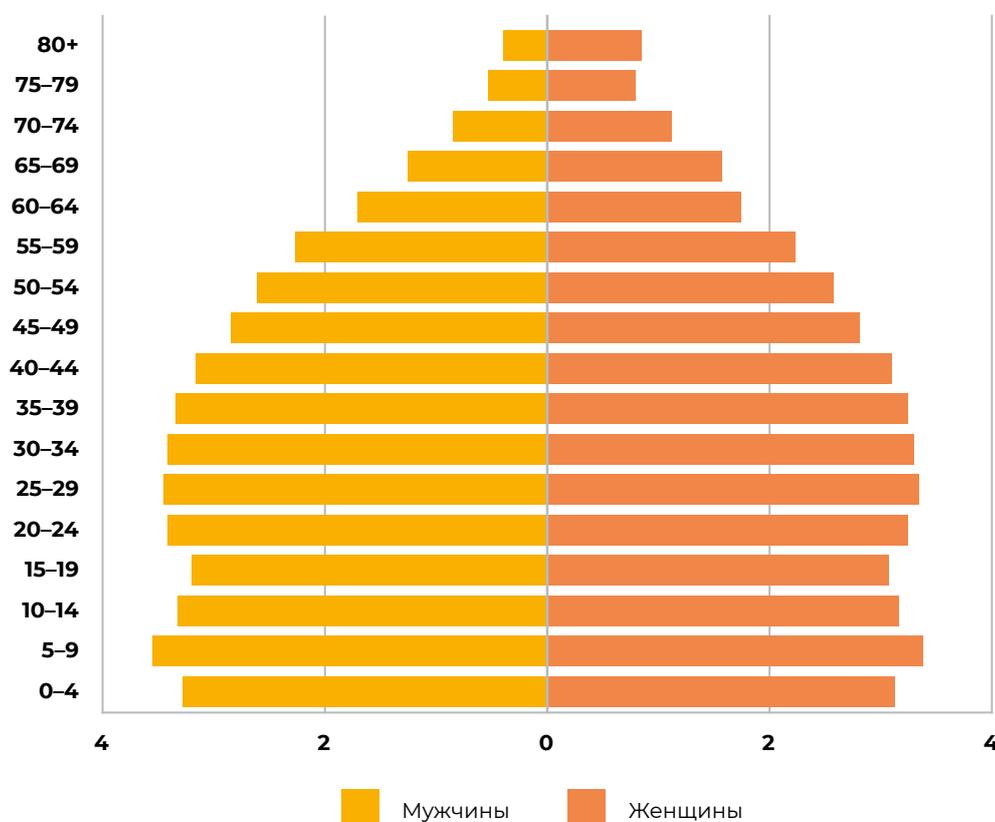
Примечание. *прогноз.

Демографическая ситуация в Турции характеризуется тем, что доля населения трудоспособного возраста в возрасте 15–64 лет увеличилась с 66,5% в 2007 г. до 68,1% в 2022 г., доля детского населения в возрасте 0–14 лет снизилась с 26,4% до 22%, а доля населения в возрасте 65 лет и старше увеличилась с 7,1% до 9,9%. В целом в 2022 г. свыше 38% населения были моложе 25 лет. Именно они, как ожидается, станут драйвером роста потребительского спроса. Наибольшая концентрация населения приходится на Стамбул.

Турция сталкивается с серьезными проблемами в достижении гендерного равенства в различных аспектах жизни населения, включая экономическое участие, политическое представительство, образование и доступ к здравоохранению. Уровень участия женщин в рабочей силе и их доступ к образованию в Турции относительно низок по сравнению с мужчинами. В 2022 г. уровень занятости женщин составлял 32,5%, тогда как среди мужчин показатель составлял 69,8%, а средние располагаемые доходы мужчин были выше на 26,6%, чем у женщин.



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



Источник: ООН, МВФ

1.4. Влияние тенденций на потребительский рынок страны

Основные факторы, влияющие на потребительский рынок Турции:

- туристический сектор продолжит вносить значительный вклад в экономику страны: в 2022-2023 г. отмечалось стремительное восстановление туристического сектора. В 2022 г. доходы от туризма увеличились на 54,0% и достигли 46,5 млрд долл. США по сравнению с предыдущим годом. По итогам 2022 г. количество посетителей Турции увеличилось на 75% по сравнению с 2021 г. и достигло 51,4 млн человек, из которых 13,7% посетителей составили граждане Турции, проживающие за рубежом. В течение 2023 г. доходы от туризма вновь превзошли все ожидания: за первые шесть месяцев 2023 г. увеличились на 3,3 млрд долл. США по сравнению с аналогичным периодом 2022 г. и достигли 18,9 млрд. долл. США. В первом полугодии 2023 г., количество иностранных посетителей увеличилось на 22,9% в годовом исчислении до 18,8 млн чел., а граждан Турции — на 9,3% до 3,3 млн чел.;

- в 2022 г. в стране было самое большое количество беженцев в мире — около 3,6 млн человек. Во многом это связано с конфликтами в приграничных странах, но также можно объяснить политикой открытых дверей для лиц, ищущих убежище;
- в Турции достаточно высокоурбанизированное население: в 2022 г. уровень урбанизации составил 77%, а по прогнозам доля урбанизированного населения вырастет до 79,5% к 2027 г.;
- в долгосрочной перспективе ожидается сильный рост валового дохода на душу населения на 60,5% в реальном выражении в течение 2023-2040 гг., чему будет способствовать: благоприятная демографическая ситуация со сравнительно молодым населением и растущим числом занятых, растущая цифровизация, улучшение внешнеторговой среды и стремление страны стать региональным торговым центром;
- неравенство доходов между сельским и городским населением остается серьезной проблемой для страны. В 2022 г. располагаемый доход на одно домохозяйство в городских районах Турции был примерно на 34% выше, чем в сельской местности;
- в 2021-2022 г. на структуру потребительских расходов существенно повлияли стремительно растущая и неконтролируемая инфляция, бум цен на энергоносители и продукты питания, а также повышенная экономическая неопределенность. Резкий рост стоимости жизни и рост цен на продукты питания и другие продовольственные товары оказали давление на располагаемые доходы населения, что привело к изменению потребительских привычек;
- ожидается, что к 2027 г. столичный регион Стамбул останется крупнейшим потребительским рынком в Турции, а на его долю придется около 28,8% общих потребительских расходов населения.



Расходы на конечное потребление

Расходы на конечное потребление на душу населения в 2022 г. составили 6 156,4 долл. США в постоянных ценах 2022 г., что на 22,3% больше, чем в 2021 г. Расходы на продукты питания и безалкогольные напитки выросли на 22,6% до 1 444,3 долл. США в 2022 г., из которых 98,6 долл. США приходилось на растительные масла и жиры. В структуре потребительских расходов на продукты питания и напитки в 2022 г. приходится порядка 23,5%. К 2028 г. прогнозируется, что расходы на конечное потребление на душу населения достигнут 7 501,9 долл. США, при этом 1 652,7 долл. США займут затраты на продукты питания и безалкогольные напитки (22,0%), из которых на растительные масла и жиры будет приходиться 100,9 долл. США (1,4%).

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



Источник: Euromonitor International, EMIS

Примечание. *прогноз, **без учета расходов на растительные масла и жиры



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

По оценкам USDA, объем производства семян подсолнечника в Турции в 2022/23 маркетинговом году составил 1,9 млн тонн при общей величине посевных площадей около 790 тыс. га. Посев подсолнечника начинается в апреле и заканчивается в мае. Более 40% всего объема производства турецкого подсолнечника приходится на Восточную Фракию, включающую в себя провинции Эдирне, Текирдаг и Кырklarели. Также важную роль играют провинции Конья и Адана.

В 2023/24 МГ, по прогнозам USDA, ожидается снижение посевных площадей семян подсолнечника до 700 тыс. га, из которых 610 тыс. га (87,1%) отведены для посева масличных семян подсолнечника. По итогам 2023/24 МГ прогнозируется урожай семян подсолнечника около 1,55 млн тонн, что на 18,4% меньше показателя 2022/23 МГ. Сокращение объемов производства связано с засушливыми погодными условиями в Восточной Фракии.

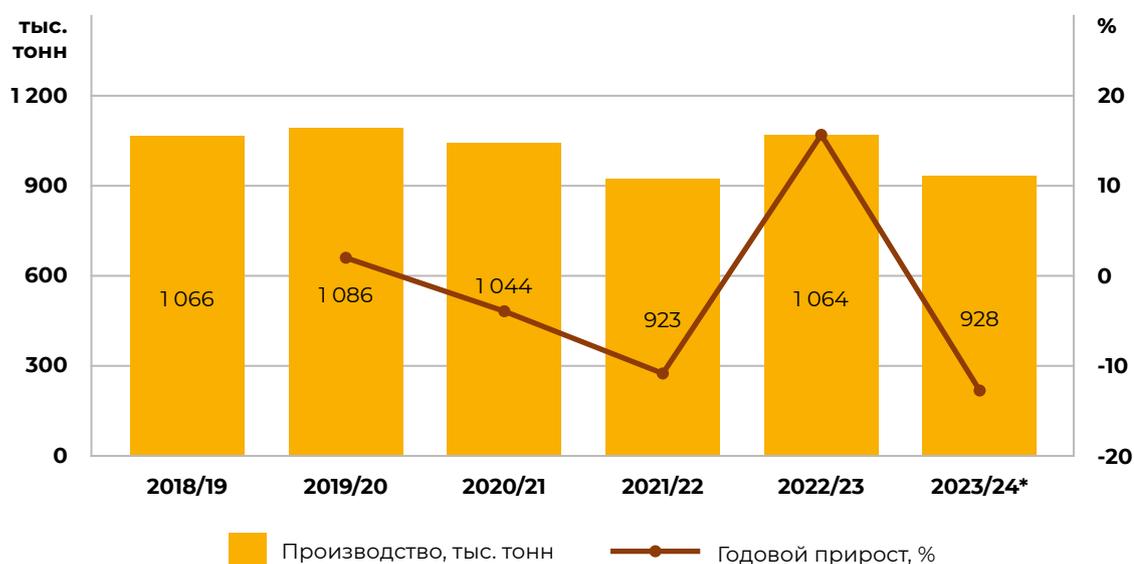
Турция является одним из крупнейших мировых импортеров семян подсолнечника. В 2022 г. страна закупила на внешних рынках 826,4 тыс. тонн семян подсолнечника на сумму 647,7 млн долл. США. Основными поставщиками традиционно выступают Болгария, Молдавия и Румыния.

Объемы потребления семян подсолнечника в 2022/23 МГ составили 2 672 тыс. тонн. По оценкам USDA, прогнозируется снижение объемов потребления семян подсолнечника в 2023/24 МГ до 2 337 тыс. тонн.

Производство

Объем производства подсолнечного масла в Турции в 2022/23 МГ составил 1,1 млн тонн, увеличившись по сравнению с 2021/22 МГ на 15,3%. При этом, согласно прогнозу USDA, в 2023/24 МГ ожидается сокращение объемов производства на 12,8% до 928 тыс. тонн вследствие снижения урожая семян подсолнечника.

Рис. 10. Производство подсолнечного масла Турции, 2018/19–2023/24 МГ, тыс. тонн



Источник: USDA

Примечание. *прогноз

Производители подсолнечного масла в Турции делятся на три группы:

- сельскохозяйственные кооперативы;
- национальные промышленные группы;
- международные промышленные группы.

Сельскохозяйственные кооперативы, такие как Trakya Birlik, Konya Seker и Karadeniz Birlik, — предприятия, работающие на национальном уровне. Они имеют мощности для хранения и переработки подсолнечника, а также линии розлива масла.

Крупные промышленные компании с участием национального и международного капитала (Bunge, Savola и Orkide), а также глобальные игроки (Cargill и Cofco) имеют мощности по переработке сырья, рафинации и бутелированию. Кроме того, компании занимаются импортными и экспортными операциями. Производственные предприятия в основном расположены на побережьях Эгейского, Мраморного и Черного морей, а также в Средней Анатолии.

Потребление

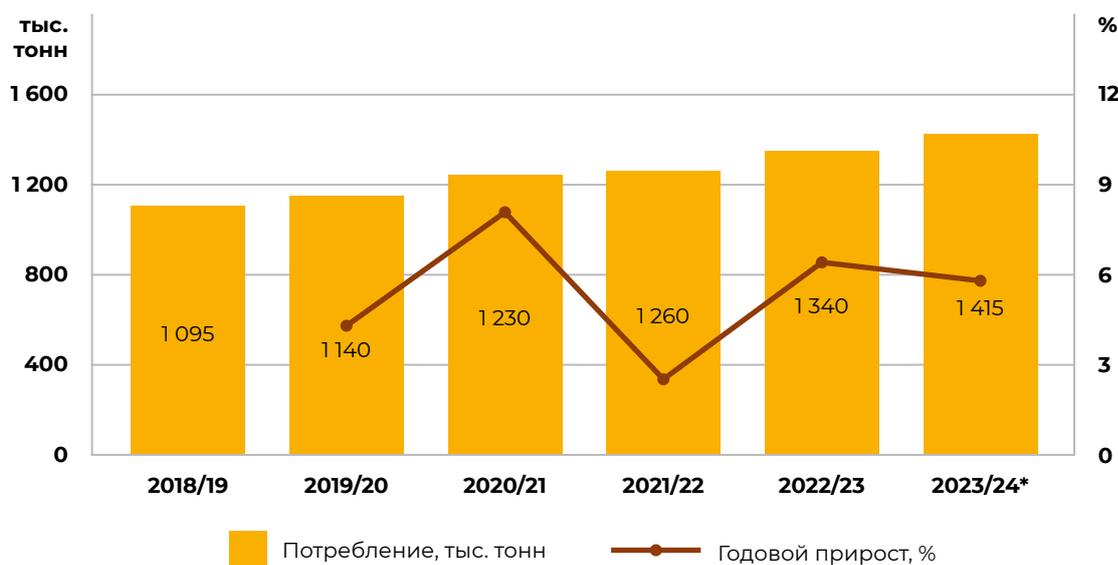
Подсолнечное масло является наиболее популярным видом пищевого масла в Турции, причем спрос на него продолжает расти. По оценкам USDA, в 2022/23 МГ потребление подсолнечного масла в стране достигло

1 340 тыс. тонн. USDA также прогнозирует дальнейший рост данного показателя, что связано с увеличением численности населения, ценовой доступностью, а также отсутствием прочих альтернатив — в Турции не одобрены к употреблению в пищу продукты из генетически модифицированных культур. В 2023/24 МГ объем потребления подсолнечного масла в стране может достичь 1 415 тыс. тонн.

Уровень потребления подсолнечного масла в Турции неизменно растет с 2015/16 МГ. Пандемия COVID-19 не оказала существенного влияния на потребление рафинированного подсолнечного масла в Турции, поскольку сокращение спроса в секторе общественного питания было компенсировано ростом продаж в розничных каналах. При этом рафинированное масло не подвержено сезонности, так как является товаром повседневного спроса как для конечных потребителей, так и в пищевой промышленности.

Излишки подсолнечного масла, образовавшиеся в результате роста производства и закупок на внешних рынках, сформировали значительные запасы данной продукции на конец 2022/23 МГ, которые, по оценкам USDA, составили 555 тыс. тонн.

Рис. 11. Потребление подсолнечного масла Турции, 2018/19-2023/24 МГ, тыс. тонн



Источник: USDA

Примечание. *прогноз

Потребление подсолнечного масла на душу населения в 2018/19-2022/23 МГ стабильно увеличивалось со среднегодовыми темпами прироста на уровне 4,2%. В 2022/23 МГ в среднем на одного жителя Турции приходилось 15,7 кг потребляемого в стране подсолнечного масла, что на 5,6% больше, чем в 2021/22 МГ. По оценкам USDA, в 2023/24 МГ показатель превысит 16 кг/год и составит 16,4 кг на человека в год.

Рис. 12. Потребление подсолнечного масла Турции на душу населения, 2018/19-2023/24 МГ



Источник: USDA

Примечание. *прогноз

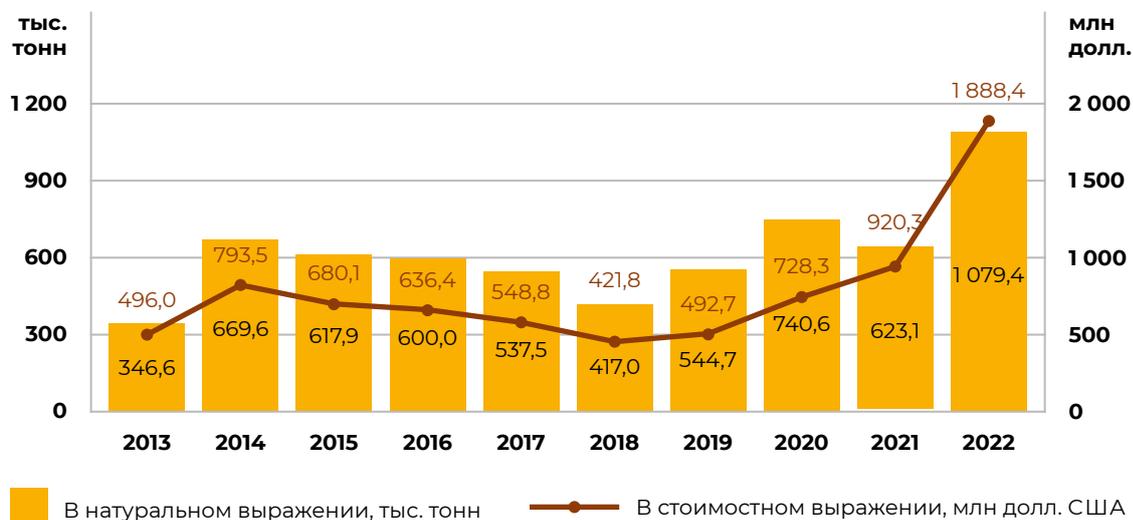
Экспорт и Импорт

Экспорт

Турция входит в число крупнейших мировых экспортеров подсолнечного масла. В 2022 г. страна экспортировала 1 079,4 тыс. тонн сырого и рафинированного подсолнечного масла на общую сумму 1 888,4 млн долл. США, что в 1,7 раза больше, чем в 2021 г. в натуральном выражении и в 2,1 раза в стоимостном.



Рис. 13. Экспорт подсолнечного масла Турции в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

На экспорт идет как масло собственного производства, так и импортированное из других государств, в т.ч. после переработки на турецких предприятиях. В основном экспортируется рафинированное подсолнечное масло, произведенное на территории Турции, объем вывоза которого в 2022 г. составил 639,8 тыс. тонн на общую сумму 1 174,9 млн долл. США. При этом в последние годы страна наращивает экспорт сырого подсолнечного масла. Так, к 2022 г. его доля в общем объеме поставок достигла 40,7% в натуральном выражении и 37,8% в стоимостном. Основными покупателями сырого подсолнечного масла Турции являются Ирак, Иран и Индия.



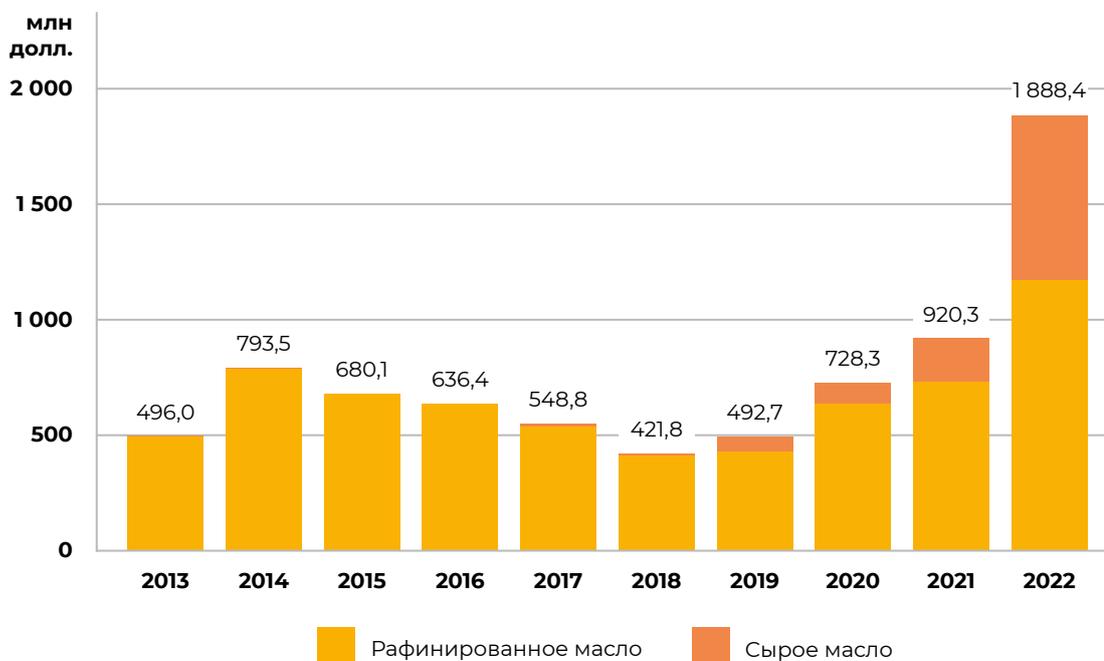
Рис. 14. Структура экспорта подсолнечного масла Турции по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Рис. 15. Структура экспорта подсолнечного масла Турции по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Крупнейшие импортеры подсолнечного масла из Турции — Ирак (302,8 тыс. тонн на сумму 490,4 млн долл. США) и Джибути (149,8 тыс. тонн на сумму 267,6 млн долл. США), на долю которых в 2022 г. пришлось 42,0% экспорта в натуральном выражении и 40,2% в стоимостном. При этом подсолнечное масло, закупаемое Джибути, направляется далее в Эфиопию.

Помимо этого, в 2022 г. значительные объемы подсолнечного масла были поставлены в Индию (123,2 тыс. тонн на сумму 210,2 млн долл. США), в результате чего страна заняла в структуре экспорта данного вида продукции Турции 11,4% в натуральном выражении и 11,1% в стоимостном.

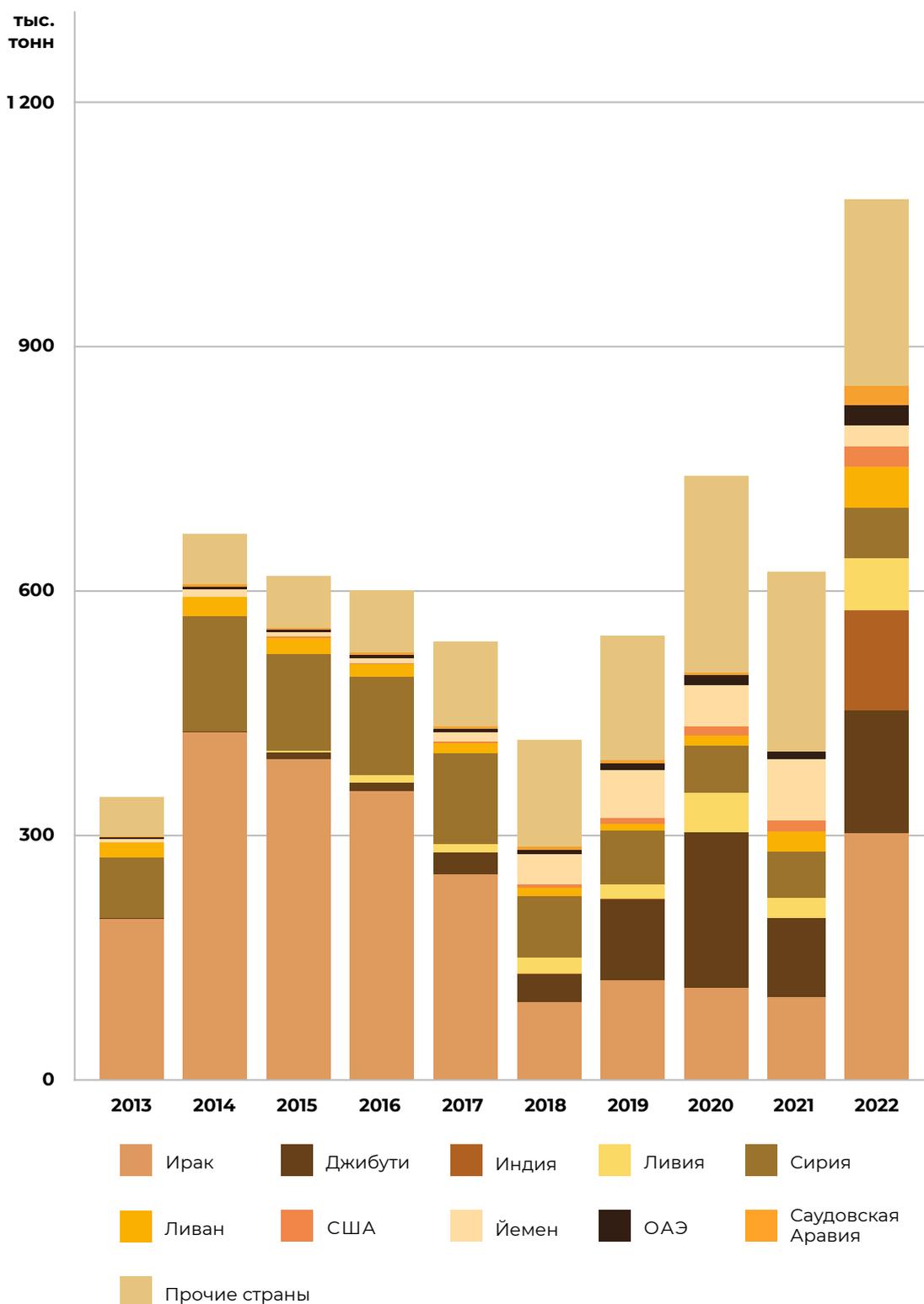
Табл. 3. Экспорт подсолнечного масла Турции по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн

№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Ирак	197,7	425,8	393,1	354,3	251,6	94,9	122,5	113,2	101,5	302,8	28,1
2	Джибути	0,5	1,3	7,9	10,1	27,3	34,8	98,1	190,0	96,7	149,8	13,9
3	Индия	—	0,02	—	—	—	0,7	1,9	—	—	123,2	11,4
4	Ливия	—	0,3	2,4	9,4	9,6	19,6	17,3	48,9	24,6	63,4	5,9
5	Сирия	73,9	140,3	118,8	119,8	112,2	75,4	65,8	57,4	56,9	62,1	5,8
6	Ливан	18,9	23,8	19,6	15,7	11,8	9,9	8,1	12,4	24,3	50,3	4,7
7	США	0,5	0,8	1,2	1,4	2,8	4,7	7,5	11,9	13,5	25,2	2,3
8	Йемен	3,9	9,3	5,7	5,9	10,6	36,4	57,9	49,7	75,5	25,1	2,3
9	ОАЭ	1,5	3,0	3,1	4,4	4,2	5,4	8,8	12,4	9,5	24,9	2,3
10	Саудовская Аравия	1,1	2,6	2,0	2,5	3,3	3,6	4,5	4,1	0,1	24,6	2,3
	Прочие страны	48,5	62,5	64,1	76,5	104,0	131,7	152,5	240,6	220,6	228,0	28,1
	Итого	346,6	669,6	617,9	600,0	537,5	417,0	544,7	740,6	623,1	1 079,4	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Рис. 16. Экспорт подсолнечного масла Турции по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Табл. 4. Экспорт подсолнечного масла Турции по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США

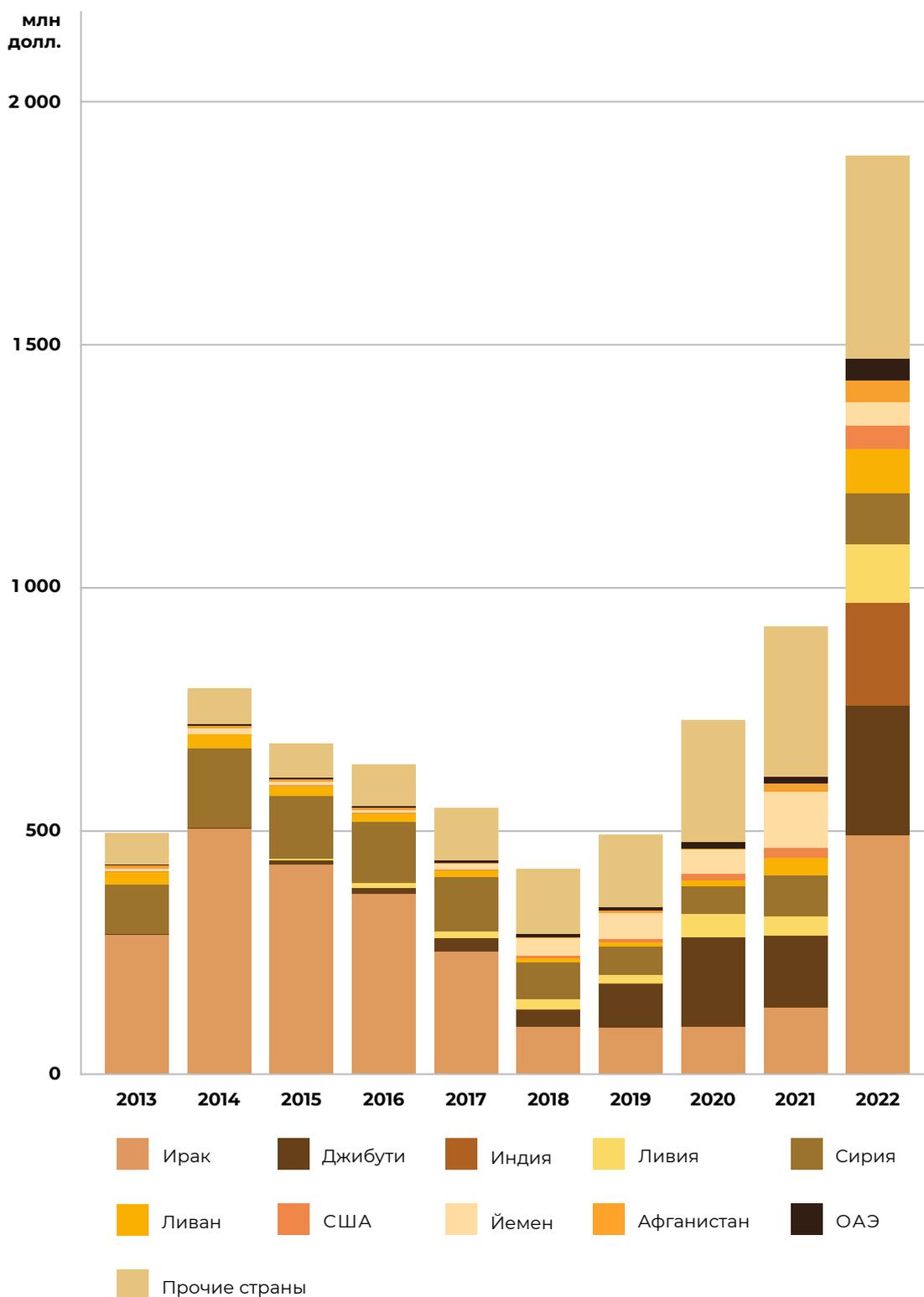
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Ирак	286,8	504,6	430,8	370,9	252,0	97,9	94,7	97,4	137,4	490,4	26,0
2	Джибути	0,7	1,5	8,9	10,8	28,0	34,3	90,4	183,1	147,4	267,6	14,2
3	Индия	—	0,02	—	—	—	0,7	2,1	—	—	210,2	11,1
4	Ливия	—	0,4	2,8	10,6	12,5	21,1	16,0	49,2	38,9	121,0	6,4
5	Сирия	101,8	163,5	129,1	125,7	113,1	75,0	59,4	55,5	84,7	104,6	5,5
6	Ливан	26,7	28,3	21,4	17,0	12,2	10,1	7,9	12,7	36,0	91,1	4,8
7	США	0,8	1,1	1,5	1,8	3,3	5,0	8,0	14,3	21,2	48,2	2,6
8	Йемен	5,8	11,4	6,4	6,5	11,1	34,9	53,3	48,4	114,2	47,7	2,5
9	Афганистан	5,8	4,6	4,4	3,8	2,3	2,5	3,7	3,3	17,4	44,8	2,4
10	ОАЭ	2,2	3,7	3,7	4,9	4,4	5,5	8,4	12,6	14,2	44,6	2,4
	Прочие страны	65,3	74,4	71,0	84,3	109,8	134,7	148,9	251,7	308,8	418,1	22,1
	Итого	496,0	793,5	680,1	636,4	548,8	421,8	492,7	728,3	920,3	1 888,4	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.



Рис. 17. Экспорт подсолнечного масла Турции по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Импорт

С целью удовлетворения внутреннего потребительского спроса, обеспечения потребностей перерабатывающей отрасли и дальнейшего реэкспорта масло-жировой продукции Турция активно закупает подсолнечное масло на внешних рынках. Объем импорта стабильно увеличивался с 2019 г., достигнув к 2022 г. рекордного показателя в 1 452,8 тыс. тонн на сумму 2 204,1 млн долл. США.

Рис. 18. Импорт подсолнечного масла Турции в натуральном и стоимостном выражении, 2013–2022 гг.



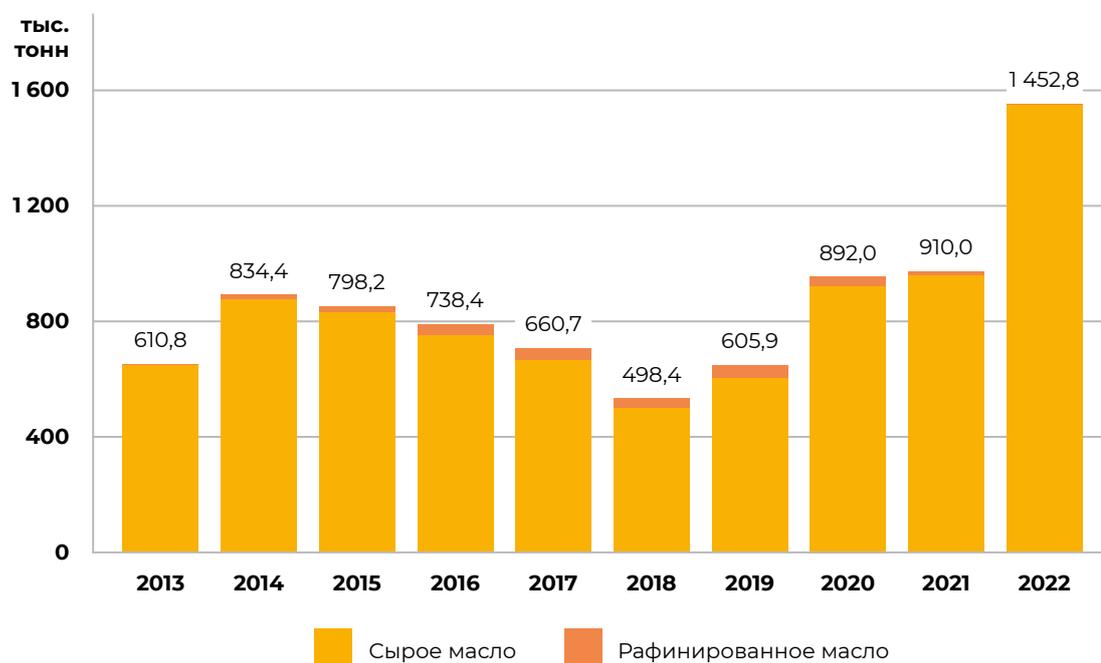
Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Почти весь импорт подсолнечного масла Турции составляет сырое масло (более 99% в общем объеме импорта) для последующей рафинации и удовлетворения внутренних потребностей, а также экспортных продаж переработанной продукции. В 2022 г. только 3,0 тыс. тонн на сумму 5,9 млн долл. США пришлось на рафинированное подсолнечное масло. Основным поставщиком рафинированного подсолнечного масла в Турцию является Босния и Герцеговина.



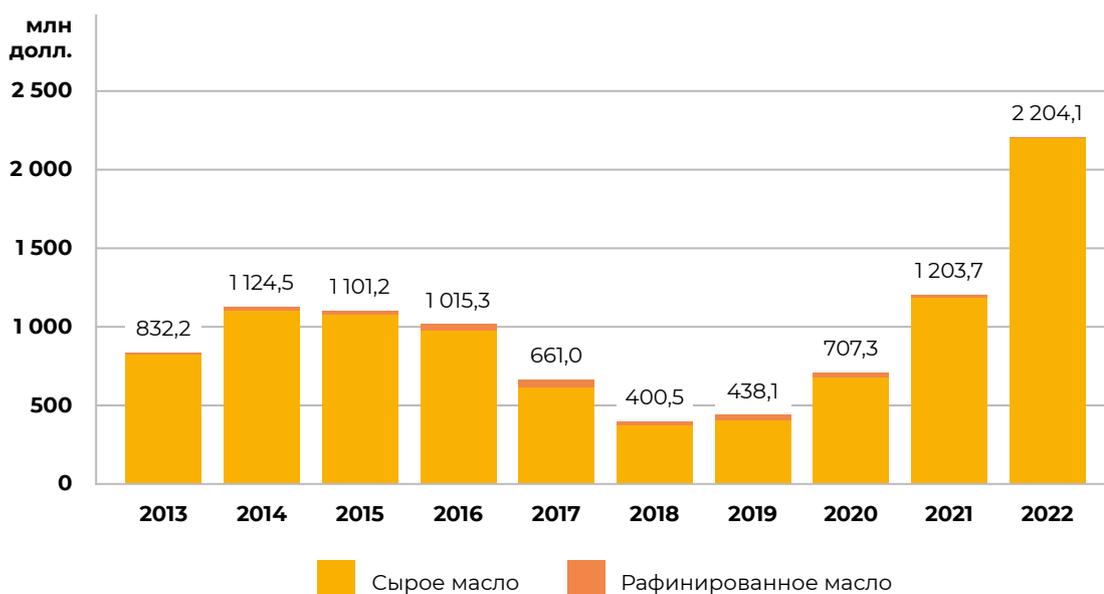
Рис. 19. Структура импорта подсолнечного масла Турции по видам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Рис. 20. Структура импорта подсолнечного масла Турции по видам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Основными поставщиками подсолнечного масла на рынок Турции являются Россия и Украина, на которые в 2022 г. пришлось 52,6% и 45,3% общего объема импорта данного вида продукции в натуральном выражении соответственно. Импорт из России сократился по сравнению с 2021 г. на 4,9%, в то время как поставки из Украины выросли в 14,6 раз.

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

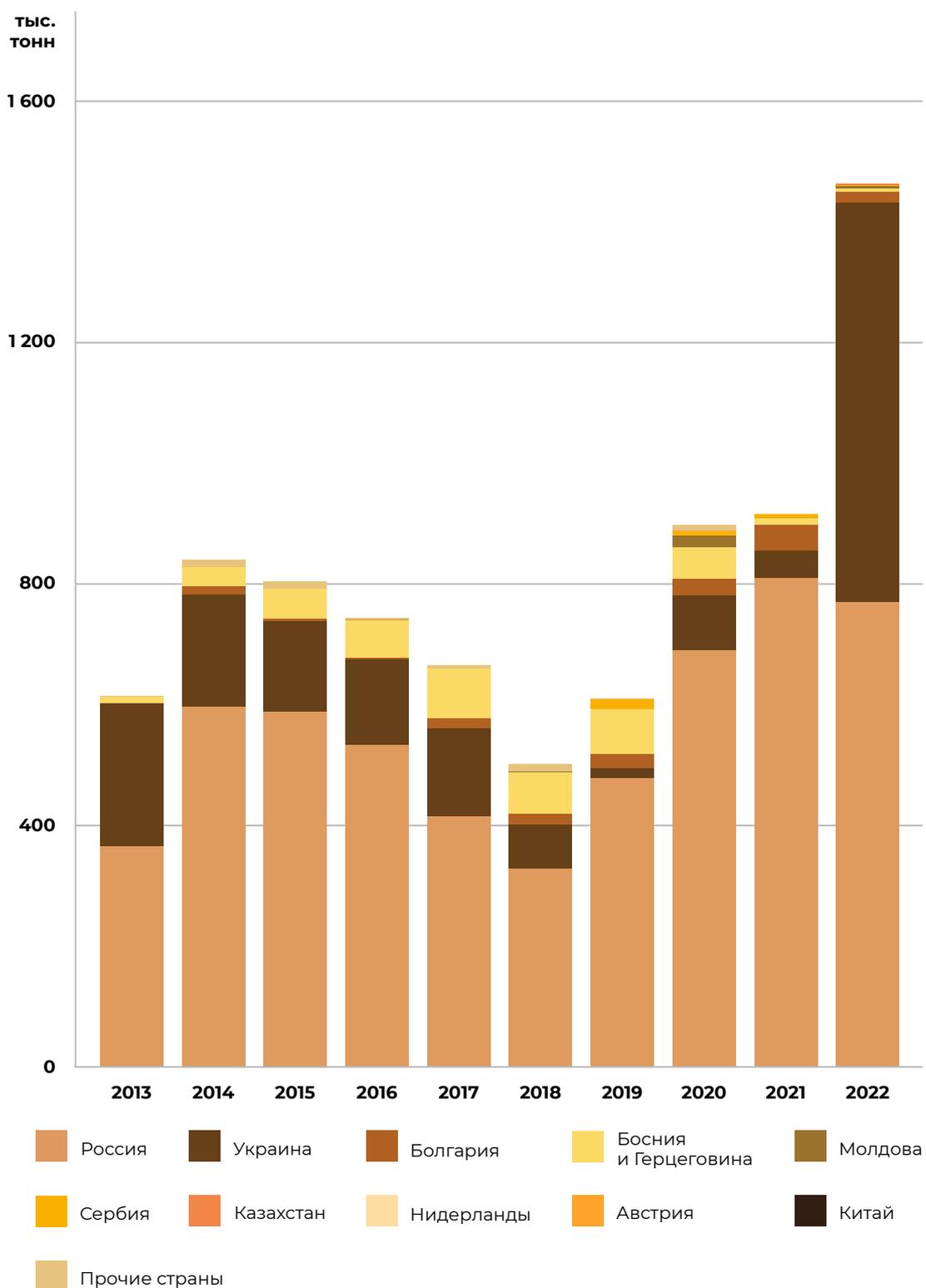
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Россия	362,4	592,8	584,8	529,6	411,6	326,3	474,7	685,5	804,0	764,3	52,6
2	Украина	236,2	183,4	147,7	141,0	145,6	72,2	16,5	90,5	45,2	657,8	45,3
3	Болгария	—	14,1	4,9	2,2	16,0	18,4	23,5	26,7	42,4	17,6	1,2
4	Босния и Герцеговина	10,5	31,6	48,3	62,5	81,8	67,3	74,1	52,7	11,3	5,1	0,4
5	Молдова	—	—	—	—	—	1,5	—	18,9	—	3,9	0,3
6	Сербия	—	—	—	—	—	—	15,6	6,8	5,8	1,9	0,1
7	Казахстан	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1,7	0,1
8	Нидерланды	0,01	0,02	0,003	—	—	—	0,01	0,04	0,1	0,2	0,02
9	Австрия	—	—	—	0,004	0,01	—	0,6	0,1	0,3	0,1	0,01
10	Китай	—	—	—	0,05	0,1	—	—	—	—	0,1	0,01
	Прочие страны	1,7	12,5	12,5	2,9	5,6	12,6	0,8	10,9	0,9	0,2	0,01
	Итого	832,2	1 124,5	1 101,2	1 015,3	661,0	400,5	438,1	707,3	1 203,7	2 204,1	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.



Рис. 21. Импорт подсолнечного масла Турции по странам в натуральном выражении, 2013–2022 гг., тыс. тонн



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

В стоимостном выражении на долю России в 2022 г. пришлось 53,9% поставок подсолнечного масла в Бангладеш, в то время как импорт из Украины составил 44,0% от общего объема импортных поставок данного вида продукции. По сравнению с 2021 г. импорт из России в стоимостном выражении увеличился на 12,0%, составив 1 187,8 млн долл. США, а поставки из Украины увеличились в 16,6 раз до 970,5 млн долл. США.

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

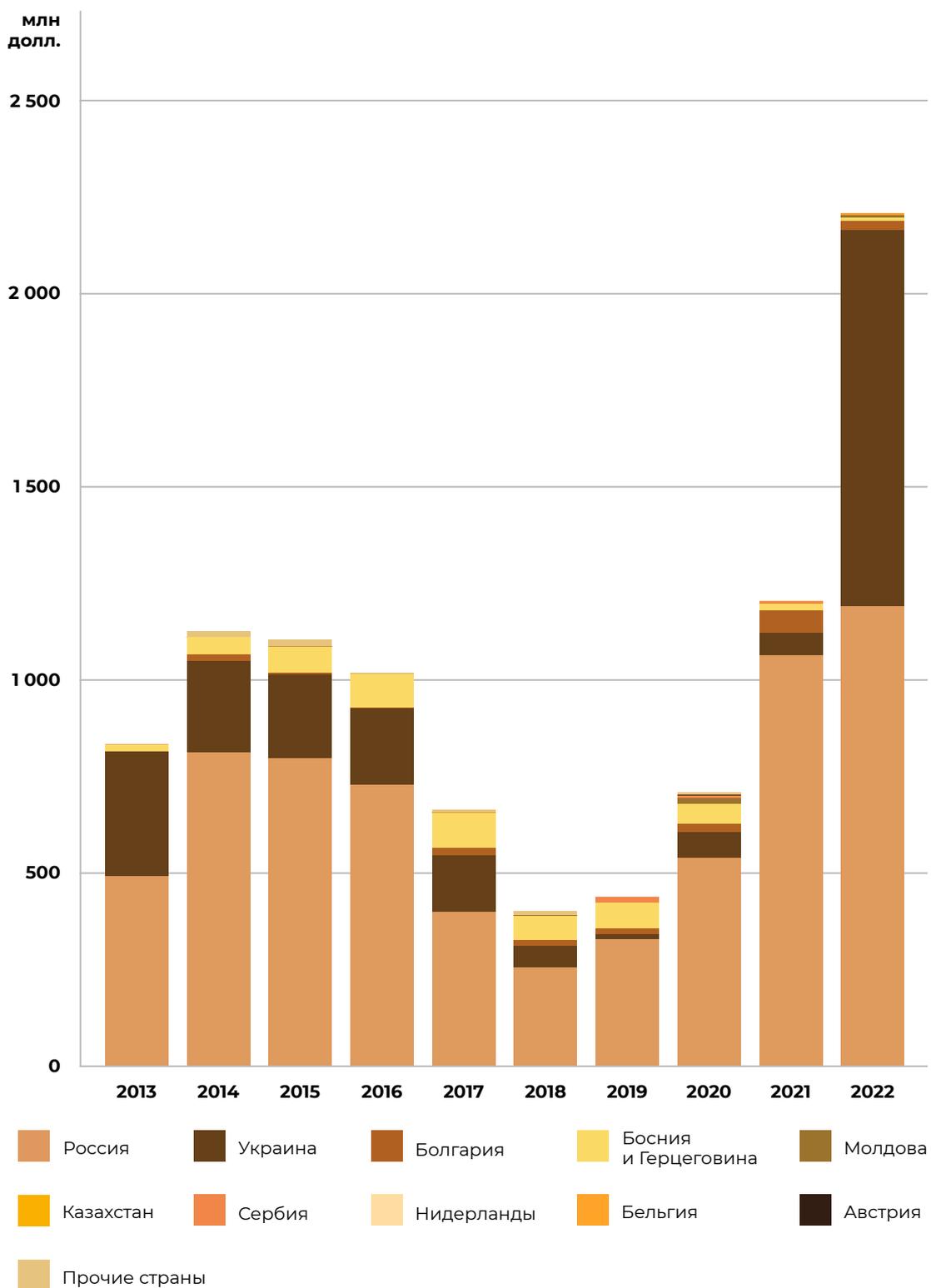
№	Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Доля 2022, %
1	Россия	489,9	810,7	795,6	726,0	398,0	255,1	328,1	537,2	1 060,3	1 187,8	53,9
2	Украина	323,7	235,9	215,8	198,4	146,9	55,3	11,4	68,1	58,6	970,5	44,0
3	Болгария	—	17,1	6,2	2,1	17,3	14,6	17,0	21,4	59,3	25,7	1,2
4	Босния и Герцеговина	16,6	43,6	65,9	84,2	92,2	63,8	65,9	51,1	15,8	7,7	0,3
5	Молдова	—	—	—	—	—	1,3	—	14,6	—	5,3	0,2
6	Казахстан	—	—	—	—	—	—	—	—	—	2,7	0,1
7	Сербия	—	—	—	—	—	—	13,9	6,6	7,2	2,7	0,1
8	Нидерланды	0,1	0,1	0,01	0,001	—	—	0,03	0,1	0,4	1,0	0,05
9	Бельгия	0,1	0,2	0,04	0,05	0,1	0,1	0,3	0,2	0,4	0,3	0,01
10	Австрия	—	—	—	0,01	0,01	—	0,7	0,1	0,4	0,2	0,01
	Прочие страны	1,9	17,0	17,7	4,5	6,5	10,1	0,8	7,8	1,3	0,3	0,02
	Итого	832,2	1 124,5	1 101,2	1 015,3	661,0	400,5	438,1	707,3	1 203,7	2 204,1	100

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.



Рис. 22. Импорт подсолнечного масла Турции по странам в стоимостном выражении, 2013–2022 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Средняя импортная цена на подсолнечное масло в 2022 г. составила 1 517,2 долл. США за тонну, что на 14,7% выше уровня 2021 г. и на 66,8% выше показателей 2020 г. Поставки из Нидерландов проходили по ценам в 2,9 раз выше средней цены. Поставки из Австрии, Казахстана и России превышали средний уровень на 23,0%, 8,1% и 2,4% соответственно. По цене ниже среднего уровня осуществлялся импорт из Боснии и Герцеговины, Украины, Болгарии, Сербии и Молдовы. Цены на подсолнечное масло из указанных стран были ниже среднемировых на 0,5%, 2,8%, 3,9%, 6,3% и 10,0%.

Табл. 7. Средняя импортная цена на подсолнечное масло по странам-экспортерам, 2013–2022 гг., долл. США/тонна

Экспортер	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Отклонение от средней цены в 2022 г., %
Средняя цена	1 362,4	1 347,7	1 379,7	1 375,0	1 000,5	803,7	723,1	792,9	1 322,8	1 517,2	—
Нидерланды	3 642,9	3 333,3	4 000,0	—	—	—	2 600,0	2 000,0	3 258,1	4 471,4	в 2,9 раза
Австрия	—	—	—	1 500,0	2 333,3	—	1 141,2	1 123,1	1 752,0	1 866,0	23,0
Казахстан	—	—	—	—	—	—	—	—	—	1 639,9	8,1
Россия	1 351,9	1 367,5	1 360,5	1 370,7	967,2	781,9	691,2	783,7	1 318,8	1 554,1	2,4
Босния и Герцеговина	1 576,7	1 378,2	1 364,3	1 346,3	1 126,8	948,0	889,6	970,6	1 390,9	1 509,4	-0,5
Украина	1 370,1	1 286,5	1 461,0	1 406,6	1 008,4	766,1	691,2	752,8	1 298,0	1 475,4	-2,8
Болгария	—	1 218,0	1 264,5	981,3	1 083,1	792,7	722,9	800,5	1 399,5	1 457,9	-3,9
Сербия	—	—	—	—	—	—	888,3	979,1	1 236,9	1 421,4	-6,3
Молдова	—	—	—	—	—	895,3	—	773,9	—	1 365,2	-10,0

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

Табл. 8. Основные страны-экспортеры подсолнечного масла на рынок Турции в 2022 г.

№	Экспортер	Доля в импорте в стоимостном выражении, %	Общая характеристика
1	Россия	53,9	<ul style="list-style-type: none"> • Продолжающийся рост производства подсолнечника и высокопроизводительный перерабатывающий сектор. В 2022 г. в России произведено 16,4 млн тонн подсолнечника; • Доступность семян подсолнечника для переработки обеспечивает ценовое преимущество на мировом рынке; • Российское производство подсолнечного масла в 2022 г. увеличилось на 14% по сравнению с показателем 2021 г. и составило 5,9 млн тонн.
2	Украина	44,0	<ul style="list-style-type: none"> • Умеренный рост площадей под подсолнечником за счет более высокой прибыльности по сравнению с другими культурами; • Украинская компания Kernel является ведущим мировым производителем и экспортером подсолнечного масла. Продукция компании поставляется в более 80 стран мира.

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Коды ТН ВЭД 151211 и 151219.

2.2. Потребительские предпочтения

Наиболее потребляемый вид растительного масла в Турции

Согласно данным Института развития экономики и политики сельского хозяйства Министерства сельского и лесного хозяйства, на подсолнечное масло приходится 80–85% от общего потребления растительных масел в Турции. Это объясняется большим объемом производства данного вида масла в стране и отсутствием альтернатив по доступной цене. В стране производится также оливковое масло, однако оно значительно дороже и воспринимается как премиальный продукт. Подсолнечное масло в силу своей универсальности широко используется как домохозяйствами, так и в секторе общественного питания.

Подсолнечное масло входит в состав большинства блюд турецкой кухни. В частности, оно используется в таких утренних блюдах, как менемен (яичница с овощами), борек (выпечка с мясом, сыром, шпинатом или картофелем) и пиши (жареные лепешки). В число приготавливаемых с подсолнечным маслом обеденных и вечерних блюд входят кебабы, кюфты, тушеные блюда, кизартма (жареная смесь баклажанов, перца и картофеля), гезлеме (аналог кесадила),

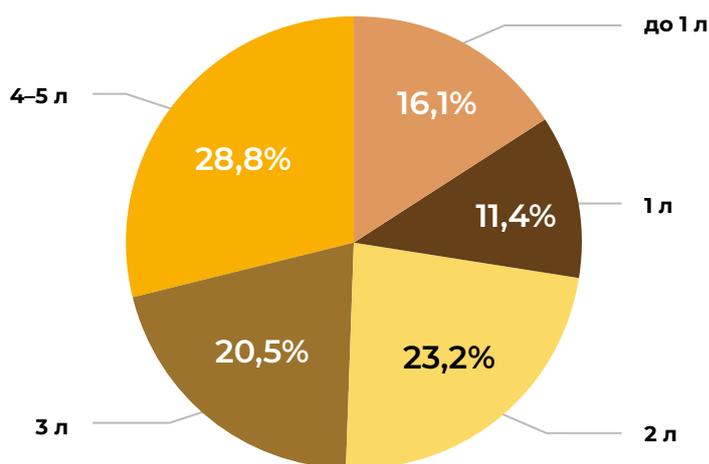
а также различные супы. Наиболее распространенный способ приготовления рыбы в Турции — это жарка на сковороде или на гриле. Десерты — пахлава, кадаиф долмасы (жаренное натертое тесто с ореховой начинкой) и локма (жаренные во фритюре сиропные шарики) — также готовятся на подсолнечном масле.

Рост спроса на продукцию в упаковке увеличенного объема

Поскольку в период пандемии COVID-19 люди стали больше готовить дома, выросло потребление пищевых масел домохозяйствами. Кроме того, покупатели стали более склонны к созданию запасов. В связи с этим в Турции растет спрос на масло в крупной упаковке (4–5 л), которое может предлагаться по более низким ценам за счет скидок и промоакций. Кроме того, такой формат позволяет сокращать частоту покупок. Каналы дистрибуции смогли обеспечить предложение продукции в таре большего размера несмотря на рост спроса. Этому способствовало то, что карантин и локдауны не продлились долго, к тому же ограничения не распространялись на производителей продуктов питания.

В 2022 г. на продажи растительных масел в упаковках объемом 4-5 литров пришлось 28,8% продаж данного вида продукции в Турции. Вторым по популярности размером упаковки являются 2 л и 3 л, на которые пришлось 23,2% и 20,5% потребления соответственно. Упаковки объемом до 1 л и 1 л занимают 16,1% и 11,4% рынка растительных масел соответственно.

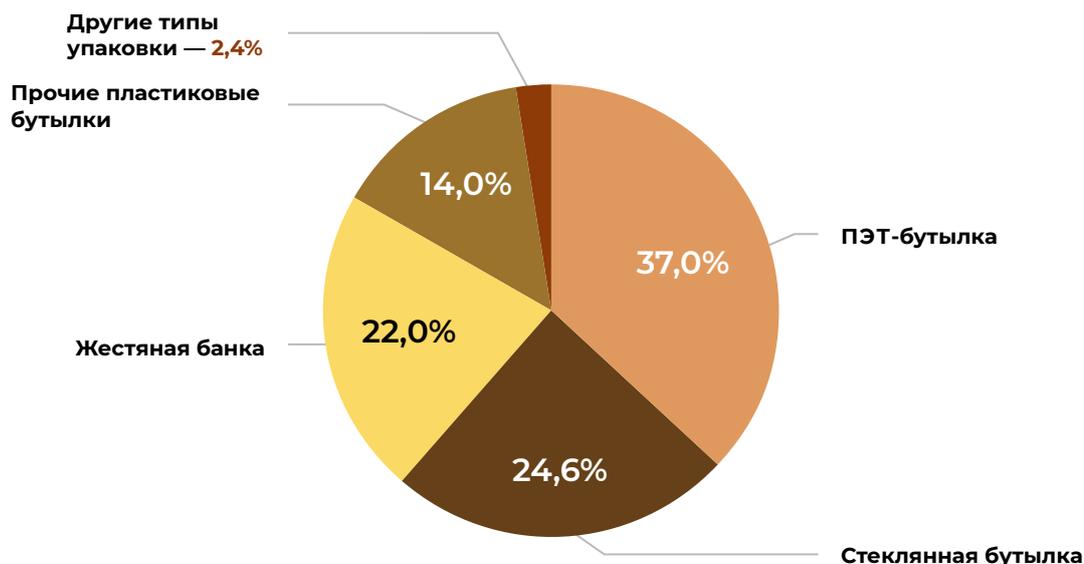
Рис. 23. Структура розничных продаж растительных масел Турции по размеру упаковки, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Наиболее популярным типом упаковки растительных масел в 2022 г. являлась ПЭТ-бутылка, на долю которой пришлось 37,0% от объема продаж продукции. Стеклянная бутылка является вторым по популярности типом упаковки с долей 24,6% от объема продаж растительных масел в Турции в 2022 г. В стране также используются жестяные банки, доля которых составляет 22,0% рынка.

Рис. 24. Структура розничных продаж растительных масел Турции по типу упаковки, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Определяющая роль ценового фактора

Несмотря на рост цены, подсолнечное масло остается наиболее бюджетным видом растительного масла. Альтернативы, например кукурузное масло, дороже как для промышленных, так и конечных потребителей. Однако в случае резкого роста цен на подсолнечное масло, в канале общепита его могут заменить смесевые продукты — смеси с рапсовым, сафлоровым и другими маслами. Фактор безопасности продуктов питания

Фактор безопасности продуктов питания

Пандемия COVID-19 обусловила рост внимания турецких потребителей к вопросам безопасности продуктов питания. Это привело к повышению спроса на продукцию хорошо известных и пользующихся доверием крупных брендов. Прогнозируется дальнейшее снижение продаж более дешевых, незарегистрированных или малоизвестных продуктов.

2.3. Торгово-распределительная сеть

Розничная торговля

В 2018–2022 гг. продажи подсолнечного масла через розничную сеть росли в среднем на 2,2% в год. В 2022 г. доля розницы составила 78,9% от общего потребления подсолнечного масла в натуральном выражении. Прогнозируется, что к 2028 г. доля розницы в продажах подсолнечного масла снизится до 75,5% в результате опережающего роста сектора общественного питания.

Основные розничные каналы реализации растительного масла — супермаркеты (41,0% общего объема продаж в натуральном выражении по итогам 2022 г.) и дискаунтеры (31,0%). Для чувствительных к цене покупателей такие магазины предлагают продукцию под собственными торговыми марками: Yudum, Kirlangıç, Komili, Biryay, Orkide, Salat и др.

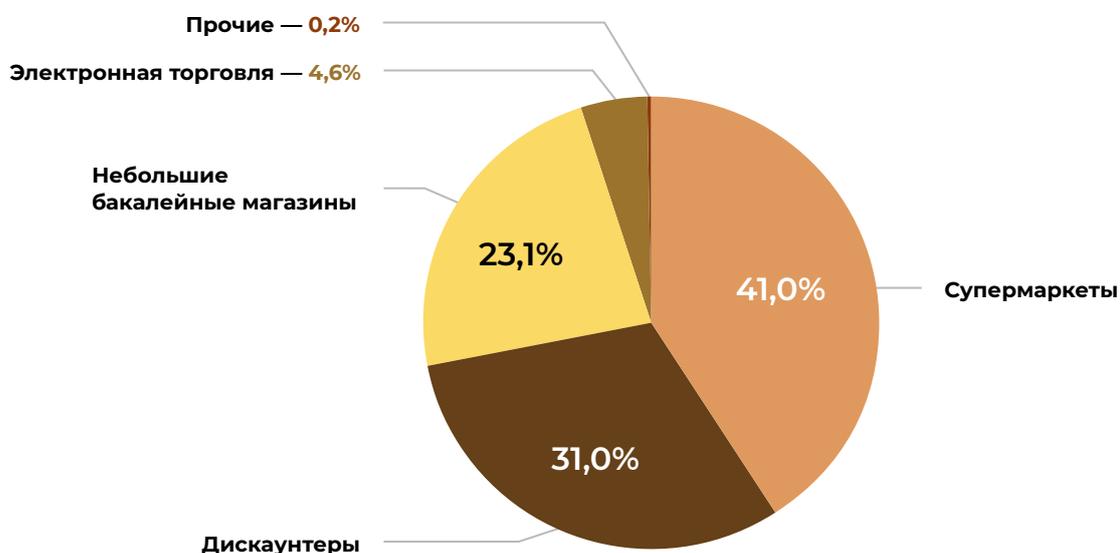
Трендом в период пандемии стал рост доли продаж дискаунтеров на фоне снижения покупательной способности потребителей. Лидеры сегмента дискаунтеров в Турции — BIM Birlesik Magazacilik, A101 и ŞOK, предлагающие товары, в том числе, под собственными торговыми марками. При этом, например BIM Birlesik Magazacilik, приобрела 50% переработчика масличных культур Reka Yağ и открыла собственное производство масел, включая подсолнечное. На турецком рынке представлено подсолнечное масло, полученное как из местных семян, так и из импортного сырого масла. Однако производители и продавцы в своих маркетинговых кампаниях не информируют потребителей о стране происхождения сырья. Соответственно, экспортеры выбираются исключительно на основе сравнения цен и качества продукции.

Небольшие бакалейные магазины занимали в 2022 г. 23,1% розничных продаж растительного масла. Их преимущество — удобное расположение в жилых районах.

После 2020 г. начало расти значение электронной торговли, которая до этого обеспечивала лишь небольшую долю продаж масла. В 2022 г. на розничную онлайн-торговлю растительным маслом в Турции приходилось 4,6% продаж данного вида продукции.



Рис. 25. Розничные каналы сбыта растительных масел в Турции, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Небольшие бакалейные магазины

В настоящее время в Турции работает около 160 тыс. таких торговых точек. Обычно они располагаются на небольших городских улицах и в сельских поселениях.

Бакал остается одним из наиболее популярных форматов розничных продаж в стране. В их ассортименте зачастую не представлены мясо, кулинария и овощи, однако предлагается широкий выбор повседневных продовольственных и хозяйственных товаров. Промоакций они, как правило, не проводят.

Ассортимент подсолнечного масла в магазинах у дома обычно ограничен продукцией основных турецких брендов, таких как Yudum и Kirlangic, в упаковке объемом 1–2 литра. При этом масло в бакал обычно стоит дешевле, чем в супер- и гипермаркетах.

Супер- и гипермаркеты

Покупатели выбирают супер- и гипермаркеты из-за удобства покупки в одном месте товаров разных категорий, опции доставки на дом, а также скидок и промоакций. Подсолнечное масло в супер- и гипермаркетах обычно продается в бутылках объемом от 1 до 5 л и жестяных банках. Супер- и гипермаркеты предлагают подсолнечное масло исключительно турецких брендов, таких как Yudum, Orkide и Komili. Масло иностранных брендов в таких магазинах не представлено.

Ведущие игроки

- **Migros** — одна из крупнейших сетей супермаркетов в Турции (более 1,5 тыс. торговых точек). Активно инвестирует в развитие региональных подразделений, а также цифровизацию.
- **Carrefour** — сеть, объединяющая около 400 торговых точек. Развивает собственные торговые марки и предоставляет скидки на товары в экономичной упаковке.

Дискаунтеры

Дискаунтеры выиграли от пандемии COVID-19 ввиду снижения покупательной способности потребителей и роста спроса на дешевые продукты питания. Дискаунтеры предоставляют скидки, часто — в зависимости от объема покупки. Они предлагают собственные торговые марки по высококонкурентным ценам, что в совокупности с высокой промо-активностью позволяет успешно конкурировать с другими каналами розничных продаж.

Ведущие игроки

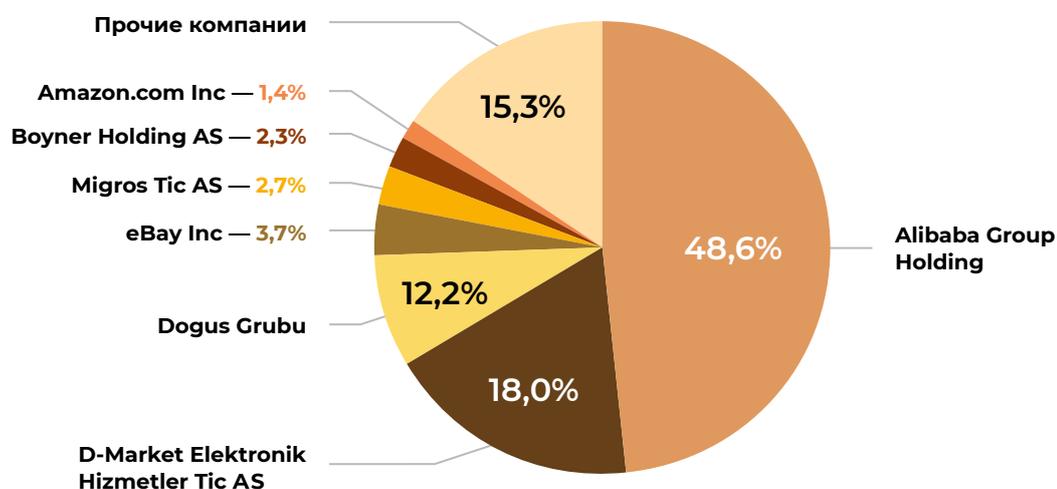
- **BİM Birlesik Magazacilik** — ведущий турецкий дискаунтер. Располагает развитой сетью магазинов и предлагает широкий ассортимент собственных торговых марок в различных категориях, включая бакалею.
- **A101** — дискаунтер, который проводит стратегию открытия новых магазинов небольшого размера в городских жилых районах, но недалеко от популярных улиц и торговых центров.

Электронная торговля

Сектор электронной торговли в Турции постепенно развивается, особенно после пандемии COVID-19. Крупнейшей площадкой розничной онлайн-торговли в Турции является Alibaba Group. В 2022 г. на долю компании пришлось 48,6% онлайн продаж в стране. Помимо этого, значительную долю на рынке занимают D-Market Elektronik Hizmetler (18,0%) и Dogus Grubu (8,0%), а также eBay (3,7%).



Рис. 26. Крупнейшие онлайн-компании розничной торговли в Турции, 2022 г., %



Источник: EMIS, Euromonitor International

Сектор общественного питания

Сектор общественного питания в Турции демонстрирует рост объемов продаж как в стоимостном, так и натуральном выражении, кроме 2020 г. когда объем продаж сократился вследствие пандемии COVID-19.

В 2022 г. доля потребления подсолнечного масла предприятиями общественного питания составила 21,1%. Тем не менее, ожидается, что в 2028 г. доля сектора общественного питания в потреблении подсолнечного масла увеличится до 24,5%.

Турецкие предприятия общественного питания в основном используют подсолнечное масло местных производителей. При закупках учитываются, прежде всего, цена и соответствие масла стандартам качества. Бренд и происхождение сырья обычно не считаются важными факторами.

Обычно масло закупается наливом или групповыми упаковками по 20 бутылок объемом 1 л, четыре 5-литровых бутылки или одну 18-литровую жестяную банку. Предприятия небольшого и среднего размера закупают масло в основном у оптовиков. Однако во время пандемии конкуренцию оптовикам стали составлять дискаунтеры. Крупные игроки сектора общественного питания покупают масло напрямую у производителей.

Рестораны быстрого питания

Рестораны быстрого питания имеют развитую сеть продаж, за счет чего удобны потребителям. Они ведут агрессивную рекламную политику. Кроме того, возможность покупки еды на вынос в 2020 г. позволила отчасти сгладить негативный эффект от карантинных ограничений.

В секторе фастфуда, как правило, используется рафинированное подсолнечное масло местного производства ввиду его ценовой доступности и хорошего качества. Оно применяется для приготовления картофеля фри, жареной рыбы, курицы и других блюд. Выбор бренда масла основан на цене.

Рестораны быстрого питания обычно сотрудничают с оптовиками, но крупные игроки могут приобретать масло напрямую у местных производителей.

Ведущие игроки

- **Burger King** — лидер сектора с наибольшей долей продаж.
- **McDonald's** — всемирно известный бренд, добивающийся отличных результатов за счет высокой производительности и агрессивного маркетинга.
- **Tavuk Dünyasi** — сеть, успешно использующая любовь турецких потребителей к блюдам из курицы. Демонстрирует высокие темпы роста за счет активного маркетинга и быстрого расширения сети продаж. Управляет более чем 200 ресторанами быстрого питания в более чем 50 городах страны. Ежегодно обслуживает более 20 млн человек.
- **Komagene** — сеть ресторанов быстрого питания, предлагающая популярные в стране мясные шарики, кюфту, тако и другие блюда.

Традиционные рестораны

В традиционных ресторанах доминирует популярная в Турции средиземноморская кухня. В период пандемии у традиционных пицца-ресторанов появились новые возможности для развития доставки, так как пицца считается в стране предпочтительным видом пищи для заказа на дом. Этим удачно воспользовалась сеть ресторанов Terra Pizza.

Традиционные рестораны используют подсолнечное масло местного производства. Обычно приобретаются 4- или 5-литровые емкости. Масло применяется для жарки, например, менемен (яичницы с овощами), тушения мяса, приготовления рыбных блюд и для добавления в супы. Десерты, к примеру пахлава, также готовятся с использованием подсолнечного масла. Закупка осуществляется преимущественно через оптовиков.

Ключевые игроки

- **Big Chefs** — сеть, основанная в 2007 г. в Анкаре. Специализируется на современных вариантах блюд традиционной турецкой кухни. Управляет более чем 60 ресторанами в Турции, а также представлена в Германии, Азербайджане, Казахстане, Кувейте и Саудовской Аравии.
- **Terra Pizza** — крупная сеть ресторанов, которая специализируется на пицце, изготовленной из местных продуктов. В меню есть халяльные блюда.
- **Midpoint** — основанная в 2002 г. сеть ресторанов, которые предлагают блюда разных кухонь мира. Объединяет 34 ресторана в семи городах Турции — Анкаре, Измире, Измите, Бурсе, Анталье и Мерсине.

2.4. Конкурентная среда и участники рынка

Большая часть рафинированного масла в Турции производится на местных предприятиях. На рынке доминируют крупные игроки, которые имеют мощности как по переработке масличных культур, так и по рафинации масла. Соотношение цен импортных семян и сырого масла в конкретном сезоне обуславливает переключение на импорт того или иного продукта. Кроме того, правительство Турции периодически меняет величины ввозных пошлин на товары масложирового сегмента.

Trakya Birlik —
производство масла,
рафинация



Один из крупнейших сельскохозяйственных кооперативов Турции, располагающий мощностями по производству 120 тыс. тонн рафинированного масла в год. Выпускает сырое наливное масло, бутилированное масло и широкий спектр других пищевых продуктов. Имеет собственные розничные магазины. Ключевые бренды подсолнечного масла: Biryag, Trakyag, Biroz, Şefim.
Сайт: www.trakyabirlik.com.tr

Savola Gıda —
производство масла,
рафинация, импорт



Крупный переработчик масличных культур и производитель пищевых растительных масел в Турции. Основные бренды: Yudum и Sirma. Площадь помещений предприятия — более 24 тыс. м². Четыре установки рафинации позволяют параллельно производить несколько видов масла, включая оливковое, а также маргарин. Общие мощности по рафинации — 650 тонн/сутки, фасовки — 250 тыс. тонн/год.
Сайт: www.savolagida.com.tr

**Orkide —
производство масла,
рафинация, импорт**

The logo for Orkide features the word "orkide" in a stylized, lowercase font. The letters are white with a red outline and are set against a red background. The font has a slightly rounded, friendly appearance.

Работает на рынке более 40 лет и входит в пятерку крупнейших производителей пищевых масел в Турции. Завод компании в Измире производит жидкие масла, маргарин и промышленные жиры. Площадь помещений предприятия — 30 тыс. м², в которых размещены линии рафинации, дезодорации и бутилирования масел, а также три линии по производству маргарина и кондитерских жиров.

Сайт: www.orkide.com.tr

**Bunge —
производство масла,
рафинация, импорт**

The Bunge logo consists of the word "BUNGE" in a bold, blue, sans-serif font. Above the letter "U" is a stylized graphic of a sun or a gear with three horizontal lines.

Обладает мощностями по переработке масличных культур и рафинации масел, является поставщиком крупнейших розничных сетей и сектора общественного питания. Поставляет как сырое, так и рафинированное масло для использования в производстве пищевой продукции. Ключевые бренды подсолнечного масла — Komili и Kirlangic.

Сайт: www.bunge.com

**Aymar Yağ ve
Gıda San —
производство масла,
рафинация, импорт**

The Aymar logo features the word "Aymar" in a blue, sans-serif font. Above the letter "y" is a stylized green leaf graphic.

Производитель пищевых масел, имеющий особенно прочные позиции в сегменте HoReCa. Vita и Aymar — одни из старейших брендов масла в Турции.

Сайт: www.aymar.com.tr

**Edirne Yağ
San ve Ticaret —
производство масла,
рафинация, импорт**

The Olin logo consists of the word "OLIN" in a bold, green, sans-serif font. The letters are slightly slanted to the right.

Имеет мощности по переработке семян и рафинации в Эдирне, работает как на внутренний, так и внешние рынки. Сырое масло закупает в Турции, а также импортирует. Ключевой бренд подсолнечного масла — Olin.

Сайт: www.olin.com.tr

Наиболее популярными брендами подсолнечного масла в Турции являются Yudum (Savola), Kirlangic (Bunge) и Biryag (Trakya Birlik). Большая часть производства осуществляется внутри страны.

Наиболее известные бренды

Табл. 9. Известные иностранные и местные бренды подсолнечного масла в Турции

Бренд	Компания	Страна происхождения	Внешний вид продукта
Yudum	Savola Gida	Турция	
Kirlangic	Bunge	Турция	
Biryag	Trakya Birlik	Турция	
Orkide	Kucukbay Oil Industry	Турция	
Aymar	Toros	Турция	
Olin	Edirne Yağ San ve Ticaret	Турция	

Требования и стандарты на продукцию



3

Содержание

3.1.

Контролирующие органы

3.2.

Требования к продукции

3.3.

Требования к упаковке
и маркировке



3.1. Контролирующие органы

В настоящее время Министерство сельского и лесного хозяйства Турции ([Ministry of Agriculture and Forestry](#)) является компетентным органом в отношении действующей и формируемой турецкой политики в области сельского хозяйства, включая вопросы выпуска в обращение на рынок продукции АПК. При этом Главное управление продовольствия и инспекции ([General Directorate of Food and Control — GDFC](#)) является важнейшей структурой в составе Министерства, непосредственно отвечающей за безопасность пищевых продуктов и кормов, ветеринарную и фитосанитарную политику, принятие законодательства, связанного с этой политикой, проведение соответствующего официального контроля и инспекции на всех этапах переработки, распределения и размещение на рынке продукции АПК.

3.2. Требования к продукции

Основным документом, регламентирующим вопросы применения пищевой продукции в Турции, является [Закон от 11.06.2010 №5996 «О ветеринарных услугах, здоровье растений, продуктах питания и кормах»](#). В данном базовом документе предусматриваются отдельные правила для участников рынка, которые заинтересованы в производстве, хранении, экспорте и импорте продукции.

[Постановление](#) Министерства продовольствия, сельского хозяйства и животноводства Турции «Об официальном контроле за продуктами питания и кормами» устанавливает процедуры и принципы, касающиеся официальных проверок, прослеживаемости, официальной сертификации, ежегодных и многолетних национальных планов проверок.

В Турции принят отдельный Коммюнике², который регулирует вопросы выпуска в обращении на территории страны растительных масел, включая масло подсолнечное: [Коммюнике по маслам №2012/29](#).

Согласно данному документу, подсолнечное масло определяется в Турции как масло, полученное из его семян подсолнечника (*Helianthus annuus* L.).

Ниже приведены характеристики масла подсолнечного, охватываемого настоящим Коммюнике:

В масле подсолнечном не должно быть посторонних привкусов и запахов, а сырые и натуральные масла должны иметь свой характерный цвет, вкус и запах.

Состав жирных кислот и другие показатели качества, а также физические и химические свойства должны соответствовать значениям в таблице, приведенным в приложениях Коммюнике по маслам.

² Официальная публикация профильных органов государственной власти.

Также стоит отметить, что на территории Турции действуют следующие стандарты на подсолнечное масло:

- [TS 886 «Растительное подсолнечное масло»](#);
- [TS 12302 «Сырое подсолнечное масло»](#).

! Стоит обратить внимание на то, что турецкие стандарты защищены авторским правом и для возможности их рассмотрения должны быть приобретены.

В части требований к маслу подсолнечному по показателям безопасности стоит руководствоваться действующим Турецким продовольственным кодексом, устанавливающим максимально-допустимые уровни содержания ряда химических веществ в продукции АПК.

3.3. Требования к упаковке и маркировке

[Правила Турецкого продовольственного кодекса о маркировке пищевых продуктов и предоставления информации потребителям](#) устанавливают общие принципы, требования и ответственность в вопросах информирования потребителей и маркировки пищевой продукции. Они применяются для всех стадий цепочки поставок пищевых продуктов до конечного потребителя, включая предприятия общественного питания и предназначенные для таких предприятий продукты.



Согласно правилам, информация о пищевой продукции не должна вводить потребителя в заблуждение относительно ее характеристик, природы, подлинности, свойств, состава, количества, срока годности, страны происхождения и метода производства, а также результатов потребления или свойств, которыми она не обладает. Недопустимо заявление особых свойств продукции путем специального акцентирования наличия или отсутствия конкретных ингредиентов или нутриентов в случаях, когда аналогичные продукты обладают такими же свойствами. Также не допускается прямое или косвенное указание наличия конкретного продукта или ингредиента, при том, что в реальности натурально присутствующий компонент или обычно используемый ингредиент в данном продукте заменен другим компонентом или ингредиентом.

Информация о пищевой продукции должна быть точной, четкой и понятной для потребителя. За исключением продуктов, подпадающих под действие нормативов о диетическом питании, информация о продукте не должна утверждать, что продукт может предотвращать, лечить или облегчать течение болезней человека.

Все упомянутые выше правила применяются к рекламе и презентационным материалам продукции, внешнему оформлению и упаковке, компоновке и расстановке на визуальных информационных материалах, а также витринах и демонстрационных установках.

Импортер несет ответственность за маркировку продукта. Импортируемый продукт может иметь оригинальную маркировку, но в этом случае необходимо до поставки в торговую сеть разместить на нем стикер на турецком языке. Маркировка должна быть точной, полной и понятной. На упаковке может присутствовать информация на других языках, при этом она не обязательно должна содержать информацию, требуемую турецким законодательством. Тем не менее, информация, подаваемая посредством изображений и утверждений на оригинальной упаковке, должна соответствовать турецким нормам маркировки.

Маркировка контролируется сотрудниками Министерства сельского и лесного хозяйства, а также администраций провинций и районов. Чиновники не имеют права разрешать исключения из правил маркировки. Маркировка должна быть легко различимой, читаемой и несмываемой. На упаковке импортируемых и местных продуктов или прикрепленной к ней этикетке должна содержаться следующая обязательная информация:

- наименование продукта;
- список ингредиентов;
- список продуктов, которые могут вызвать аллергию или непереносимость;
- количество конкретных ингредиентов или их групп;
- количество продукта нетто;

- срок годности;
- специальные условия хранения или использования (при необходимости);
- наименование и адрес производителя;
- регистрационный номер предприятия;
- страна происхождения;
- инструкция по применению (при необходимости);
- декларация пищевой ценности.

Для специальных категорий продуктов может быть предусмотрена обязательная информация сверх указанной, но растительные масла к таким продуктам не относятся.

Требования к упаковке

Нормы [«Кодекса законов о пищевой продукции по материалам и предметам, предназначенным для контакта с пищей»](#), были обновлены в 2018 г. и дополнены в 2019 г. Эти нормативы применяются к материалам и предметам, которые находятся в контакте с пищевыми продуктами, предназначены для такого контакта или с высокой долей вероятности могут оказаться в контакте с пищевыми продуктами с возможностью переноса их составляющих частей на пищу. Указанные нормы устанавливают общие и специальные требования в отношении материалов и предметов, предназначенных для контакта с пищевыми продуктами.



Особенности и барьеры входа на рынок



Содержание



4.1.

Особенности таможенных процедур

4.2.

Тарифные и нетарифные барьеры

4.1. Особенности таможенных процедур

Процедуры импорта в Турции

Министерство сельского и лесного хозяйства — основной регулятор в области импортной политики, законодательства, стандартов безопасности пищевой продукции, а также контроля и инспектирования пищевых и сельскохозяйственных продуктов.

Импорт пищевой продукции в Турцию допускается только при условии соответствия требованиям импортного контроля и Продовольственного кодекса Турции (Turkish Food Codex). Турция гармонизирует свои нормативы по импорту пищевой продукции с нормативами ЕС. К продуктам, не охваченным положениями национального кодекса, применяются стандарты ISO Международной организации по стандартизации, нормы Codex Alimentarius или соответствующих директив ЕС. При отсутствии гармонизированных стандартов вопросы ввоза решаются в каждом случае индивидуально.

Таможенные посты для ввоза подконтрольной пищевой и сельскохозяйственной продукции находятся в ведении [Министерства торговли](#) (Ministry of Trade).

Для ввоза пищевых и кормовых продуктов растительного происхождения импортер обязан уведомить территориальное управление по сельскому и лесному хозяйству (Provincial Agriculture and Forestry Directorate) о данных поставки через специальную форму Shipment Notification Form в Информационной системе безопасности пищевой продукции (Food Safety Information System), загрузив сертификаты и требуемые документы (список ингредиентов, этикетку, инвойс и пр.) за 3–20 дней до прибытия товара. На основе полученных документов территориальное управление решает, может ли товар быть допущен к ввозу.

По прибытии в порт (на таможенный пост) запускаются процедуры импорта в отношении товара. В зависимости от вида товара импортер обязан представить протокол испытаний (если требуется для продукции), оригинал инвойса, список ингредиентов, сертификат происхождения, сертификат здоровья растения / сертификат свободной продажи / сертификат здоровья, а также документы для импорта, такие как коносамент и др. После проверки документов территориальное управление проводит физические проверки, включая отбор образцов продукции в соответствии с внутренним регламентом частоты проверок. Образцы пересылаются в лабораторию Министерства сельского и лесного хозяйства или частную лабораторию с аккредитацией для проведения физических, химических и микробиологических исследований от Главного управления по защите и контролю (General Directorate for Protection and Control) Министерства сельского и лесного хозяйства.

Официальный контроль в отношении подкарантинных кормовых и пищевых продуктов растительного происхождения в сыром или частично обработанном виде осуществляется инспекторами Дирекции по карантину сельскохозяйственной продукции (Agriculture Quarantine Directorate). На данный момент существует 12 пунктов карантинного контроля, где проводится проверка товара и отбор образцов. Образцы исследуются в государственной лаборатории, которую определяет Главное управление по защите и контролю.

Прохождение процедур импорта занимает около одной недели и зависит от вида продукции и проводимых исследований. Импорт разрешается по результатам проверок/исследований. Территориальное управление или Дирекция по карантину сельскохозяйственной продукции направляет письмо с подтверждением соответствия таможенной службе для выпуска товаров. Если в ходе инспекции выясняется, что продукция не соответствует требованиям законодательства Турции, импортер может запросить повторную проверку в течение 7 дней. Если же повторная проверка не подтверждает соответствия требованиям к импорту, то товар возвращается в страну экспорта или третью страну по запросу импортера/экспортера, либо подвергается специальной обработке или уничтожается под таможенным контролем при отсутствии иной возможности.

4.2. Тарифные и нетарифные барьеры

Тарифные барьеры

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

Импортный режим на 2023 г. был принят [Указом Президента № 6625 от 31 декабря 2022 г.](#) Данный документ содержит существенное изменение по сравнению с Указом № 3350 от 31 декабря 2020 г., касающееся состава таможенного тарифа. Дополнительно ставки пошлин можно посмотреть на [торговом портале](#).



Табл. 10. Ставки ввозной таможенной пошлины Турции в отношении подсолнечного масла, %

Код ТН ВЭД	Наименование	Ставка РНБ
1512 11 10 00 00	Масло подсолнечное или сафлоровое и их фракции, сырое: для технических или промышленных целей, кроме производства продуктов питания для потребления человеком	22,5
1512 11 91 00 00	Масло подсолнечное, сырое	36
1512 11 99 00 00	Масло сафлоровое, сырое	36
1512 19 10 00 00	Масло подсолнечное и его фракции, рафинированное, но не химически модифицированное: для технических или промышленных целей, кроме производства продуктов питания для потребления человеком	22,5
1512 19 90 00 11	Масло подсолнечное, рафинированное, но не химически модифицированное	67,5
1512 19 90 00 19	Масло сафлоровое, рафинированное, но не химически модифицированное	67,5

Источник: Указы Президента Турции № 6625 от 31 декабря 2022 г., № 7543 от 31 июля 2023 г.

Нетарифные барьеры

Таможенный контроль

Затраты времени и стоимость оформления необходимых для прохождения таможи документов могут рассматриваться как барьер для входа на рынок. Однако стоимость и длительность процедур трансграничной торговли в Турции в целом оцениваются как невысокие, о чем свидетельствует 44-е место из 190 стран в [соответствующем разделе рейтинга Doing Business Всемирного банка](#).

Технические регламенты и стандарты

В рамках соглашения о таможенном союзе с ЕС Турция в основном придерживается правил ЕС в отношении переработанной сельскохозяйственной продукции. В результате многие нормативные акты Турции в сферах защиты здоровья, обеспечения безопасности потребителей и окружающей среды, конкуренции, защиты интеллектуальной собственности и т. д. совпадают с достаточно строгими нормами ЕС.



Организация экспортных поставок



Содержание



5.1.

Логистика

5.3.

Формы присутствия на рынке

5.2.

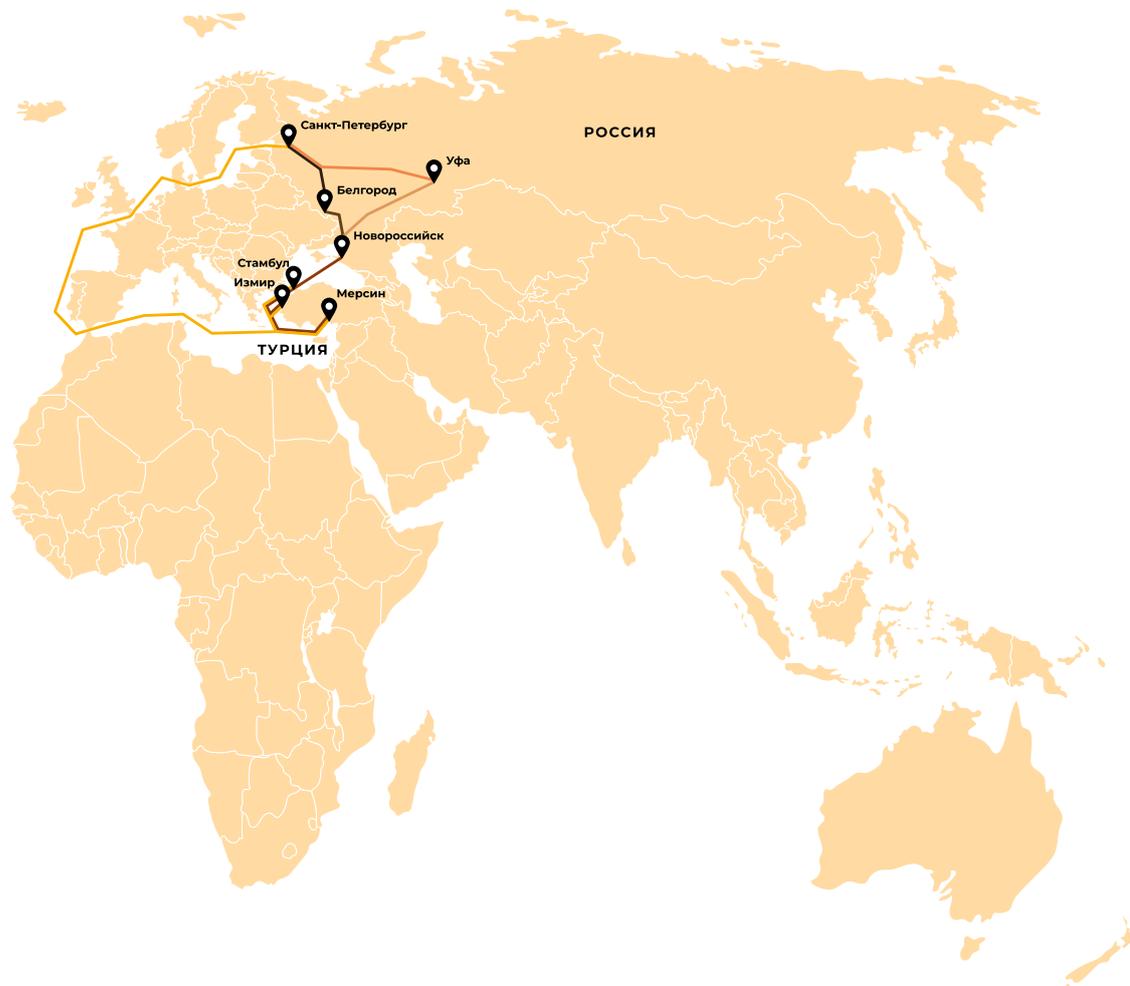
Осуществление валютно-финансовых операций

5.4.

Защита интеллектуальной собственности

5.1. Логистика

Рис. 27. Доставка подсолнечного масла из России в Турцию



- Морской путь
Санкт-Петербург — Измир/Стамбул/Мерсин
- Морской путь
Новороссийск — Измир/Стамбул/Мерсин
- Внутренние автомобильные перевозки:
 - Белгород — Новороссийск
 - Уфа — Новороссийск
 - Белгород — Санкт-Петербург
 - Уфа — Санкт-Петербург

 Грузовой терминал

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

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

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

Перевозка нерафинированного масла наливом

Оптимальным способом доставки растительного масла в Турцию является морская перевозка из южных портов России, в частности, перевозка морскими танкерами объемом около 5–6 тыс. тонн из морских портов Новороссийска, Темрюка, Ростова, порта Кавказ и Ейска, которые позволяют накапливать и переваливать необходимые судовые партии указанного объема. Ориентировочная ставка на январь 2024 г. установлена на уровне 90–100 долл. США за тонну на условиях FIOS (погрузка и выгрузка за счет отправителя). Транзитное время составляет 5–15 дней. Суда должны быть сертифицированы Федерацией ассоциаций по торговле маслами, маслосеменами и жирами ([FOSFA](#) — Federation of Oils, Seeds and Fats Associations). Дополнительная страховка судна за погрузку в территориальных водах России не включена в ставку.

Отгрузка морского танкера требует от поставщика накопления необходимой партии и своевременной доставки товара в порт погрузки. Подсолнечное 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. В зависимости от терминала стоимость услуги перевалки составляет от 15–20 долл. США за тонну.



Контейнерная перевозка масла (фасованная продукция / флекситанк)

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

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

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

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

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

Основные статьи расходов при осуществлении отгрузки через склад накопления:

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

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

При выборе склада накопления необходимо учитывать:

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

Автомобильная перевозка — пункт перехода границы в порту

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

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

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

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

Рис. 28. Примеры защиты контейнеров в зависимости от типа перевозки



Контейнерная морская перевозка

Основные порты для доставки сухих грузов в Турцию:

- порт Измир (Izmir);
- порт Стамбул (Istanbul);
- порт Мерсин (Mersin).

В связи с санкционной политикой в отношении России, перечень судоходных линий, которые осуществляют перевозки из порта Новороссийск в указанные порты существенно изменился. Крупнейшие судоходные компании, осуществляющие морское сообщение с Турцией:

- [MSC](#);
- [FESCO](#);
- [Arkas Line](#);
- [Akkon Lines](#).

Сроки и стоимость доставки

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

Табл. 11. Ориентировочное транзитное время доставки, дни

Порт отправки/прибытия	Измир (Izmir)	Стамбул (Istanbul)	Мерсин (Mersin)
Санкт-Петербург	32	29	27
Новороссийск	10	20	14



Табл. 12. Ориентировочная стоимость и сроки комплексной доставки сухих грузов в Турцию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Новороссийск — Измир	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 420	27	0,20	15–20
Белгород — Новороссийск — Стамбул	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	4 420	27	0,16	25-30
Белгород — Новороссийск — Мерсин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	5 720	27	0,21	20–25
Уфа — Новороссийск — Измир	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 425	27	0,28	15–20
Уфа — Новороссийск — Стамбул	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	6 425	27	0,24	25-30
Уфа — Новороссийск — Мерсин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 725	27	0,29	20–25
Белгород — СПб — Измир	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 880	27	0,29	40-45
Белгород — СПб — Стамбул	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	7 980	27	0,30	35-40
Белгород — СПб — Мерсин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 080	27	0,30	35-40
Уфа — СПб — Измир	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 560	27	0,32	40-45
Уфа — СПб — Стамбул	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 660	27	0,32	35-40
Уфа — СПб — Мерсин	Автомобиль — судно	40' морской контейнер	8 760	27	0,32	35-40

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

В связи с политикой импортозамещения в России количество рефрижераторных контейнеров, заходящих в порты, существенно сократилось за последние 5 лет. Это определяет недостаток порожних контейнеров для экспорта в периоды пиковой активности рынка, что в свою очередь влияет на уровень ставок фрахта.

Табл. 13. Ориентировочная стоимость комплексной доставки грузов в Турцию

Маршрут	Виды транспорта	Оборудование	Комплексная ставка, долл. США	Вес брутто, тонны	Ставка за кг, долл. США	Транзитное время, дни
Белгород — Новороссийск — Измир	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	5 420	27	0,20	15–20
Белгород — Новороссийск — Стамбул	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	4 420	27	0,16	25–30
Белгород — Новороссийск — Мерсин	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	5 720	27	0,21	20–25
Уфа — Новороссийск — Измир	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	7 425	27	0,28	15–20
Уфа — Новороссийск — Стамбул	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	6 425	27	0,24	25–30
Уфа — Новороссийск — Мерсин	Автомобиль — судно	20' морской сухой контейнер с флекситанком	7 725	27	0,29	20–25

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

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

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

Таможня

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

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

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

Возможные контрагенты

- 1) Комплексные логистические провайдеры (с возможностью предоставления склада накопления и отправки продукции через различные порты России):
 - [ООО «Суперкарго»](#) (рефрижераторные грузы);
 - [ООО «Европак»](#) (флекситанки);
 - [ООО «НС-Транс»](#) (фрахтование судов).
- 2) Сюрвейерские компании:
 - [SGS](#);

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

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

Сопроводительные документы

С требованиями к продукции и сопроводительными документами можно ознакомиться в разделе 3 «Требования и стандарты на продукцию».

Документы для подтверждения факта экспортной отгрузки

Экспортеры подсолнечного масла имеют право на возмещение уплаченного НДС. Для возврата средств обязательно подтверждение факта экспорта на основании следующих документов:

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

Логистические риски

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

Страховые риски. В данную категорию входят следующие риски:

- a) утрата (гибель), недостача либо повреждение всего или части застрахованного груза;
- b) возникновение непредвиденных расходов в виде:
 - расходов и взносов по общей аварии, которые обязан понести страхователь/выгодоприобретатель;
 - необходимых и целесообразных расходов по уменьшению возможных убытков, включая расходы по спасанию и/или сохранению груза, установлению размера убытков, если убытки возникли в результате страхового случая;
- c) неполучение ожидаемых доходов от реализации застрахованного груза по независящим от страхователя и/или выгодоприобретателя обстоятельствам вследствие утраты (гибели), недостачи или повреждения застрахованного груза в период его перевозки и/или непрерывного временного хранения груза в пунктах перегрузок и/или перевалок;
- d) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате стихийных бедствий;
- e) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате пожара, взрыва на перевозочном средстве, а также вследствие мер, принятых для спасания груза или тушения пожара;
- f) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения судов, удара их о неподвижные или плавучие предметы, посадки судна на мель, повреждения судна льдом, провала мостов, подмочки забортовой водой;
- g) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения или столкновения наземных перевозочных средств, их удара о подвижные или неподвижные предметы, дорожно-транспортного происшествия при перевозке груза автомобильным транспортным средством, схода с рельсов железнодорожных транспортных средств, провала мостов;
- h) утрата (гибель) или повреждение всего или части застрахованного груза в результате крушения, падения или столкновения самолетов, других воздушных транспортных средств;
- i) утрата (гибель) застрахованного груза в результате пропажи без вести морского/речного и/или воздушного судна, перевозившего груз;

- j)** утрата (гибель) или повреждение всего застрахованного груза или целого места застрахованного груза (кроме перевозок насыпью, навалом, наливом) или части застрахованного груза (для перевозок насыпью, навалом, наливом) при погрузке, укладке, перегрузке (перевалке), выгрузке застрахованного груза или приеме судном топлива;
- к)** подмочка груза атмосферными осадками;
- л)** выбрасывание за борт и смывание волной палубного груза или груза, перевозимого в беспалубных судах;
- м)** нарушение температурного режима (влияние температуры) при поломке рефмашины на непрерывный срок не менее 24 часов при условии, что груз перевозится на транспорте (рефрижераторе), оборудованном исправными устройствами записи температуры (самописцами);
- п)** кража, грабеж и/или разбой.

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

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

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

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

5.2. Осуществление валютно-финансовых операций

Турецкая лира (TRY) — официальная валюта в Турции. Центральным банком Турецкой Республики установлен режим плавающего валютного курса.

Валютный контроль в Турции отсутствует. Количество иностранной валюты, которая может быть ввезена в Турцию, не ограничено, но иностранная валюта на сумму более 25 тыс. турецких лир или 10 тыс. евро подлежит декларированию. Большая часть международных транзакций деноминированы в долларах США или евро. Среди банков весьма распространена практика кредитования в иностранной валюте. В то время как по большей части иностранная валюта свободно торгуется и широко доступна, в 2019 г. в Турции была введена отсрочка расчетов при покупке валюты физическими лицами на сумму более 100 тыс. долл. США. Ставка налога на банковские и страховые операции при индивидуальных покупках иностранной валюты, включая золото, была повышена с 0,2% до 1% в мае 2020 г.

В недавнее время Турцией был введен ряд мер, который на практике ограничивает способность турецких банков проводить операции в иностранной валюте и предоставлять кредиты иностранным организациям за рубежом. В частности, был снижен предельный размер валютных свопов, форвардов и опционов, которые местные банки могут проводить с иностранными юридическими лицами, с 10% до 0,5% от собственного капитала кредитора. Также был сокращен лимит на валютные свопы, форварды и другие деривативы на продажу в турецких лирах для нерезидентов со сроком погашения в семь дней. Согласно этим новым правилам, сократятся объемы свопов, деноминированных в турецких лирах, которые турецкие банки могут осуществлять за рубежом. Кроме того, стремясь увеличить свои резервы и поддержать курс турецкой лиры, правительство издало указ, обязывающий экспортеров переводить 40% своих доходов в национальную валюту.

Турецкие процедуры документирования требуют, чтобы ко всем международным коммерческим операциям прилагались коммерческий счет-фактура и коносамент или авианакладная. Также от импортеров может потребоваться предоставить сертификат происхождения. В зависимости от гармонизированного тарифного кода продукта, для импорта продуктов питания и сельскохозяйственной продукции может потребоваться сертификат контроля, сертификат здоровья, фитосанитарный сертификат и/или ветеринарный сертификат.



Перечень основных документов, необходимых при осуществлении валютно-финансовых операций

К основным документам, необходимым экспортерам при осуществлении валютно-финансовых операций при организации поставок в Турцию, относятся:

- *Коммерческий счет-фактура* должен быть представлен в трех экземплярах, включая оригинал, и должен содержать полное описание, количество, стоимость единицы, код ТН ВЭД, способ доставки товара и страну происхождения, а также все требуемые условия оплаты.
- *Сертификат происхождения*, подтверждающий страну происхождения, требуется для целей таможенной тарификации. Сертификат происхождения должен быть составлен в двух экземплярах. В этом документе не допускаются никакие исправления, и он должен быть на английском языке. Сертификат происхождения обычно подготавливается экспортером или производителем и нотариально заверяется местной торговой палатой или Всемирным торговым центром. Необходимо заверить сертификат в Посольстве Турции. Один экземпляр документа должен быть передан таможенным органам во время импорта.
- *Коносамент или авианакладная*. Данные в коносаменте должны точно соответствовать тем, которые указаны в других товаросопроводительных документах. Оригинал коносамента должен быть представлен вместе с тремя копиями.
- *Проформа-инвойс*. Проформа-инвойс не должна быть старше шести месяцев на момент подачи заявки, и в документе должны быть указано слова “проформа”. В нем должна быть указаны расходы на перевозку и страхование, а также указано название импортера, описание товаров, цена за единицу, их количество, способ доставки и оплаты указанных товаров.
- *Сертификат здоровья*. Для импорта растений, продуктов растительного происхождения, живых животных и продуктов животного происхождения требуются специальные медицинские сертификаты. В России в зависимости от типа продукции, такой сертификат выдается либо Россельхознадзором, либо аккредитованным центром по сертификации. Экспортерам рекомендуется консультироваться с турецкими партнерами-импортерами до отгрузки из-за сложности санитарных и фитосанитарных правил.

Особенности практик применения различных вариантов взаиморасчетов

В дополнение к краткосрочным и среднесрочным кредитам, предоставляемым коммерческими банками в местной и иностранных валютах, более дешевые кредиты в турецких лирах также доступны в Экспортно-кредитном банке Турции.

Безотзывные аккредитивы являются наиболее распространенным инструментом при взаиморасчетах при импорте для операций частного сектора. Турецкие импортеры налаживают долгосрочные контакты и доказывают свою кредитоспособность, поэтому на практике могут также применяться расчеты по схеме с документарным инкассо (документы против оплаты или документы против акцепта). Графики отсроченных платежей могут различаться от размеров сделки и сектора, как правило варьируются от 30 до 90 дней.

Турецкие банки по-прежнему сталкиваются с некоторым ограничением доступа к международным кредитам, хотя крупнейшие банки все же берут кредиты на международном рынке. В этой связи, поставщикам следует быть готовыми прибегнуть к не самым традиционным путям финансирования проектов (например, форфейтинг, факторинг и использование экспортных кредитов третьих стран) при проведении торгов по крупным государственным проектам. Экспортерам следует проявлять гибкость и стараться учитывать потребности своих партнеров, при этом закладывая любые дополнительные сопутствующие расходы в цену коммерческого предложения.

Перечень возможных банков для осуществления валютных операций

Банковский сектор играет меньшую роль в качестве финансового посредника для бизнеса, чем этого можно было бы ожидать, учитывая размер и уровень диверсификации турецкой экономики. На три государственных коммерческих банка и десять крупнейших частных банков Турции приходится более 90% от общего объема банковских активов. Турецкие банки предоставляют традиционные банковские услуги, реализуют брокерские операции с ценными бумагами, вовлечены в другие виды банковского дела. Среди крупных и надежных банков Турции можно отметить следующие (указаны в таблице ниже).

Табл. 14. Перечень банков

Банк	Описание	Сайт
Ziraat Bank	Основанный в 1863 г. со штаб-квартирой в Анкаре, банк является крупнейшим в Турции по размеру активов. Банком предоставляются различные продукты и услуги розничным клиентам, малым и средним предприятиям, а также корпоративным клиентам как в Турции, так и за ее пределами.	https://ziraatbank.ru
İşbank	Крупнейший частный банк Турции, основанный в 1924 г. İşbank предоставляет полный спектр банковских услуг, включая корпоративный, коммерческий, розничный и частный банкинг.	https://isbank.com.ru
Garanti Bank	Основанный в 1946 г. со штаб-квартирой в Стамбуле, банк предлагает различные финансовые продукты и услуги, такие как банковское обслуживание малого и среднего бизнеса, коммерческие /корпоративные банковские продукты и услуги, частный банкинг.	www.garantibbva.com.tr
AKBank	Основанный в 1948 г. со штаб-квартирой в Стамбуле, этот турецкий банк в настоящее время насчитывает 800 филиалов в Турции. Банк предлагает потребительские банковские услуги, коммерческие банковские услуги, банковские услуги для малого и среднего бизнеса, корпоративные инвестиции, частные банковские услуги, потребительский банкинг, корпоративный банкинг, инвестиционный банкинг, ипотечные кредиты и частный банкинг.	www.akbank.com

5.3. Формы присутствия на рынке

Для иностранных инвесторов предпринимательство в Турции имеет целый ряд преимуществ: минимальные затраты и процедуры при открытии бизнеса, поощрение прямых инвестиций, благоприятный налоговый режим с освобождением от уплаты налогов в рамках международных договоров об исключении двойного налогообложения и в свободных экономических зонах. Более подробно с информацией об экономических зонах можно ознакомиться в разделе 7.

Особенности ведения бизнеса

[Закон о прямых иностранных инвестициях](#) устанавливает одинаковые условия для ведения бизнеса иностранными и национальными инвесторами. Формы присутствия на рынке Турции варьируются от юридического лица до представительства или филиала.

Иностранная компания может открыть в стране свое представительство для взаимодействия с потребителями и поставщиками на рынке Турции, без права ведения коммерческой деятельности. Для этого необходимо получить лицензию от Министерства промышленности и технологий ([Ministry of Industry and Technology](#)). Лицензия выдается по заявленным видам деятельности максимум на три года.

Иностранная компания может также открыть филиал как обособленное подразделение, осуществляющее функции головной компании, в том числе функции представительства и получения дохода от коммерческой деятельности. При регистрации все необходимые документы должны быть нотариально заверены, переведены на турецкий язык и переданы в торговый реестр Торгово-промышленной палаты ([Mersin Chamber of Commerce and Industry](#)).

Совместное предприятие считается простым товариществом (*adi ortaklık*), которое не является юридическим лицом по турецкому законодательству. Однако, для ведения совместной деятельности акционеры, как правило, заключают акционерное соглашение и создают коммерческую организацию.

Регистрация юридического лица

Иностранные инвесторы могут создавать в Турции любые формы бизнеса, предусмотренные [Коммерческим кодексом](#). При этом наиболее подходящей для иностранных предпринимателей формой является общество с ограниченной ответственностью.

Табл. 15. Формы бизнеса для иностранных инвесторов в Турции

Организационно-правовая форма	Участники	Уставной капитал	Ответственность по обязательствам
Общество с ограниченной ответственностью (<i>limited şirket</i>)	от 1 до 50	10 тыс. лир	В пределах сумм внесенных вкладов
Открытое акционерное общество (<i>anonim şirketi</i>)	не менее 1	50 тыс. лир	В пределах сумм внесенных вкладов
Закрытое акционерное общество (<i>apalı Anonim Şirket</i>)	не менее 1	50 тыс. лир	Акционеры не отвечают по обязательствам общества
Полное товарищество (<i>tam ortaklık</i>)	не менее 2	не установлено	Солидарная ответственность имуществом
Коммандитное товарищество (<i>ortak ortaklık</i>)	не менее 2 (физ. и/или юр. лица)	устанавливается учредителями	Полные товарищи — всем своим имуществом. Коммандитисты — в пределах внесенных вкладов (не участвуют в предпринимательской деятельности товарищества)

Продолжение табл. 15.

Организационно-правовая форма	Участники	Уставной капитал	Ответственность по обязательствам
Индивидуальный предприниматель (ireysel girişimci)	1 (физ. лицо)	устанавливается учредителями	Всем частным имуществом, за исключением имущества, на которое не может быть обращено взыскание

Примечание. Ставка налога на прибыль — 25% (в 2021 г.) и 23% (в 2022 г.).

Регистрация юридического лица осуществляется онлайн через центральную регистрационную систему [MERSIS](#) Торгово-промышленной палаты.

Процедура регистрации занимает около семи дней и предусматривает следующие этапы:

- 1) Онлайн-подача учредительного договора и устава для получения временного идентификационного номера налогоплательщика (TIN) через систему MERSIS. Номер налогоплательщика необходим для открытия банковского счета и внесения капитала регистрируемой компании.
- 2) Регистрация в торговом реестре ([Trade Registry](#)), для которой потребуется подготовить следующие документы:
 - заявление о регистрации;
 - экземпляра формы уведомления о регистрации (kurulus bildirim formu);
 - оригинал и 2 копии устава компании;
 - форма (taahhutname), подписанная уполномоченными представителями компании, и нотариально заверенные декларации с подписями директоров;
 - регистрационная форма Торгово-промышленной палаты;
 - подтверждение перечисления 0,04% от капитала компании на счет антимонопольного органа (Competition Authority) через платежную систему Управления по торговому реестру (Trade Registry Directorate);
 - подтверждение внесения уставного капитала (в размере не менее 25%) на расчетный счет;
 - фото учредителей компании и копии паспортов акционеров (для иностранных граждан);

- согласие руководителей, не являющихся акционерами (нотариально заверенная копия).
- 3) Оплата госпошлины за регистрацию в торговом реестре
 - 4) Получение свидетельства о постановке на налоговый учет (Vergi Levhasi) в налоговой службе и муниципального разрешения на работу офиса (İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatı).
 - 5) Онлайн-регистрация сотрудников в [системе социального обеспечения](#).

Если же регистрация бизнеса не требуется, экспортеры могут работать на рынке страны через местных агентов или дистрибьюторов. Центром дистрибуции для большинства товаров в Турции является Стамбул и регион Мраморного моря. В зависимости от местонахождения рынка сбыта большинство дистрибьюторов имеют дилерскую сеть по всей стране или в тех районах, где продукция пользуется повышенным спросом. Эффективным каналом продаж в Турции является надежный квалифицированный местный представитель. По турецкому законодательству агентский договор является частноправовым договором, условия которого определяются сторонами. Агентский договор может заключаться на срок до года (с возможностью продления в зависимости от результатов работы агента).

5.4. Защита интеллектуальной собственности

Турецкая Республика присоединилась ко Всемирной организации интеллектуальной собственности ([ВОИС](#)) и Всемирной торговой организации ([ВТО](#)), подписала [Парижскую конвенцию](#) по охране промышленной собственности и стала участником [Соглашения по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности \(ТРИПС\)](#).

На региональном уровне охрана патентов осуществляется Европейским патентным бюро ([European Patents Office](#)). В рамках национальной юрисдикции вопросами регистрации и защиты прав интеллектуальной собственности занимается Бюро по патентам и товарным знакам (Turkish Patent and Trademark Office, [TURKPATENT](#)).

Табл. 16. Охрана интеллектуальной собственности в Турции

Объект ИС и национальный закон	Срок охраны	Международный договор
<p>Патент</p> <p>Закон о промышленной собственности</p>	20 лет	Договор о патентной кооперации
<p>Товарный знак</p> <p>Закон о промышленной собственности</p>	10 лет (с продлением)	<p>Договор о законах по товарным знакам</p> <p>Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков</p>
<p>Авторское право</p> <p>Закон об авторских правах на интеллектуальные и художественные произведения</p>	В течение всей жизни автора и 70 лет	<p>Бернская конвенция по охране литературных и художественных произведений</p> <p>Римская конвенция об охране прав исполнителей, изготовителей и вещательных организаций</p>

Турция приводит свою законодательную базу в области интеллектуальной собственности в соответствии с директивами ЕС. В частности, в 2017 г. вступил в действие Закон о промышленной собственности, в котором объединены и обновлены наиболее важные положения, касающиеся регулирования товарных знаков, патентов, промышленных образцов, полезных моделей, географических указаний и традиционных наименований продукции в соответствии со стандартами ЕС и Турции.

Регистрация товарного знака

В качестве товарного знака в Турции признаются любые слова и словосочетания, включая имена собственные, фигуры, цвета, буквы, цифры, звуковое обозначение, форма товара или его упаковки, которые способны отличить товары или услуги одного предприятия от товаров или услуг других предприятий. Поскольку Турция является участником Мадридского соглашения о международной регистрации знаков, то возможна регистрация знака путем указания Турции в международной заявке³.

³ Подробнее о мадридской системе см. на сайте [ВОИС](#).

При подаче заявки через национальное патентное ведомство, исключительное право предоставляется в соответствии с заявленным классом (без ограничения по количеству классов МКТУ⁴). Иностранным заявителям рекомендуется провести поиск похожих знаков по базе данных TURKPATENT и найти местного агента для регистрации товарного знака, т.к. самостоятельная подача заявки разрешается только резидентам страны. При регистрации доверенность не требуется, но в случае возникновения судебного спора интересы иностранного заявителя должен представлять квалифицированный турецкий адвокат.

В Турции используется латинский алфавит, поэтому товарные знаки регистрируются буквами латинского алфавита. Перевод на турецкий язык не требуется. Однако знак на кириллице должен быть представлен в TURKPATENT с транслитерацией.

Заявка на регистрацию товарного знака в Турции должна содержать следующую обязательную информацию:

- наименование и адрес заявителя;
- изображение знака (размером 512x512 пикселей разрешением 300 dpi);
- перечень товаров (услуг) МКТУ;
- подтверждение оплаты госпошлины.

Процесс регистрации занимает 6–8 месяцев и проходит в несколько этапов:

- 1) подача заявки и принятие решения по результатам формальной экспертизы (2 месяца).
- 2) публикация товарного знака в официальном бюллетене для получения возражений от третьих лиц (2 месяца).
- 3) принятие решения о регистрации знака (2 месяца в отсутствие возражений).
- 4) регистрация и выдача свидетельства (от 1 до 2-х месяцев).

Размер госпошлины за подачу заявки на регистрацию знака в одном классе составляет 280 лир. Стоимость регистрации — 750 лир (вне зависимости от количества классов), которые должны быть оплачены в течение двух месяцев с момента принятия решения о регистрации. Для продления права на товарный знак фактическое использование знака не требуется, но необходимо оплатить пошлину.

В случае установления права приоритета (в течение шести месяцев с даты подачи первой заявки в государстве-участнике Парижской конвенции или со-

⁴ В январе 2024 г. в силу вступает 12-ая редакция Международной классификации товаров и услуг.

глашения ВТО) взимается 310 лир. Свидетельство о праве приоритета с нотариально заверенным переводом на турецкий язык должно быть передано в TURKPATENT в течение трех месяцев с даты подачи заявки.

В отношении регистрируемых знаков применяется ряд требований, несоблюдение которых может привести к отказу в регистрации. В частности, основанием для отказа является:

- несоответствие требованиям статьи 4 Закона о промышленной собственности;
- отсутствие различительной способности;
- сходство с зарегистрированными или заявленными на регистрацию знаками;
- введение потребителей в заблуждение относительно происхождения или качества товара;
- использование общеизвестных элементов или религиозных символов;
- несоответствие требованиям Парижской конвенции.

Правовая охрана в Турции распространяется и на незарегистрированные товарные знаки. Объем охраны является ограниченным и предусматривает доказательство правообладателем факта использования знака в отношении идентичных или похожих товаров. Незарегистрированные товарные знаки охраняются в соответствии с общими положениями, касающимися недобросовестной конкуренции (статьи 54–56 Коммерческого кодекса).

Подборка актуальных законов и правовых актов Турции для экспортеров представлена в Приложении №1.

Защита товарного знака

Владельцы знаков, которые еще не зарегистрированы в Турции, но хорошо известны в любом государстве-участнике Парижской конвенции, (согласно статье 6.4 Закона о промышленной собственности) могут подать в TURKPATENT запрос на отказ в регистрации оспариваемого знака или подать исковое заявление в суд об отмене регистрации товарного знака. При подаче искового заявления в суд дело будет рассматриваться по месту жительства ответчика.

Специализированные суды по интеллектуальной собственности есть в Стамбуле, Анкаре и Измире.

Правообладатель зарегистрированного знака может рассчитывать на такие средства защиты, как судебный запрет или приказ о прекращении правонарушения, возмещение убытков, а также конфискацию и уничтожение контрафактной продукции.

Географические указания

В законодательстве Турции географическое указание признается объектом интеллектуальной собственности. Регистрации подлежат наименования, которые указывают на происхождение товара, обладающего особым качеством, репутацией или иными характеристиками, присущими конкретному месту, району или региону. Регистрируемые географические наименования подразделяются на географические указания и наименования мест происхождения.

В настоящее время многие организации подают заявки на защиту географических указаний для сельскохозяйственной продукции в Турции. Заявка публикуется в бюллетене TURKPATENT и после периода опротестования (сроком три месяца) наименование считается зарегистрированным с даты опубликования.

Регистрация доменного имени

Одним из способов защиты бренда является регистрация в домене .TR. Доменное имя можно приобрести на основании регистрации компании или заявки на регистрацию товарного знака на срок не менее одного года. Вопросами регистрации и использования доменных имен занимается Управление по информационно-коммуникационным технологиям (Information and Communication Technologies Authority, [ICTA](#)).

Продвижение продукции



6



Содержание

6.1.

Ключевые факторы успеха на рынке

6.2.

Отраслевые выставки и ярмарки

6.1. Ключевые факторы успеха на рынке

Ценовой фактор

Спрос на сырое подсолнечное масло очень эластичен по цене. Два крупнейших поставщика нерафинированного подсолнечного масла в Турцию — Россия и Украина предлагают цены ниже среднего рыночного уровня. Таким образом, при условии соответствия продукции санитарным нормам и стандартам качества, ключевым фактором при выборе поставщика сырого подсолнечного масла является цена.

Гибкие условия поставок

Дополнительными конкурентными преимуществами на рынке Турции являются предоставление отсрочки платежа за поставленный товар, а также реализация масла со склада в Турции. Во втором случае подсолнечное масло поставляется в Турцию, выгружается в портовые емкости и реализуется небольшими партиями — менее 3–5 тыс. тонн. Данная модель подразумевает дополнительные расходы на аренду емкостей на берегу, выгрузку масла из танкера в эти емкости, оплату услуг сюрвейеров, хранение и погрузку масла в железнодорожные цистерны или автомобили покупателя.

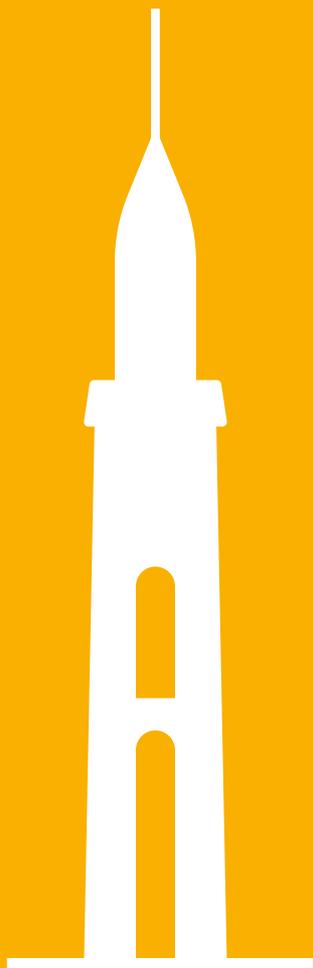
6.2. Отраслевые выставки и ярмарки

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
Anfas Food Product (AFP) Международная выставка продуктов питания и напитков. www.anfasfoodproduct.com	Анталья Anfaş International Expo and Convention Center	06-09.02.2024
Konya Agriculture Международная выставка сельского хозяйства, механизации и агротехнологий. http://konyaagriculture.com	Конья Konya International Exhibition Center	05-09.03.2024

Название выставки	Место проведения	Даты проведения
<p>Foteg Istanbul</p> <p>Международная выставка технологий для производства продуктов питания.</p> <p>http://fotegistanbul.com</p>	<p>Стамбул Istanbul Expo Center</p>	<p>05-07.06.2024</p>
<p>F Istanbul Exhibition</p> <p>Международная выставка продуктов питания и напитков.</p> <p>https://f-istanbul.com</p>	<p>Стамбул Istanbul Expo Center</p>	<p>10-13.07.2024</p>
<p>Bursa Agriculture Fair</p> <p>Международная выставка сельского хозяйства, животноводства, птицеводства и молочной индустрии.</p> <p>www.burtarim.com</p>	<p>Бурса Tüyap Bursa International Fair and Congress Center</p>	<p>08-12.10.2024</p>
<p>Yorex</p> <p>Международная выставка сельскохозяйственной продукции и продуктов питания.</p> <p>https://yorex.com.tr</p>	<p>Анталья Antalya Expo Centre</p>	<p>02-05.11.2024</p>
<p>OIC Halal Expo</p> <p>Международная выставка продукции «халяль» и органических продуктов питания.</p> <p>www.helalexpo.com.tr</p>	<p>Стамбул Istanbul Congress Center</p>	<p>27-30.11.2024</p>
<p>Food & Nutritional Ingredients</p> <p>Международная выставка продуктов питания, пищевых ингредиентов и технологий производства.</p> <p>http://fningredients.com</p>	<p>Стамбул Istanbul Expo Center</p>	<p>07-09.05.2025</p>

Особые экономические зоны







- Аэропорт
- Свободная экономическая зона
- Морской порт

Столица страны

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

№	Название	Месторасположение	Год основания
1	Европейская зона свободной торговли (European Free Trade Zone)	Текирдаг (Tekirdağ)	1999
2	СЭЗ Фракия-Стамбул (Istanbul Thrace Free Zone)	Стамбул	1998
3	СЭЗ Стамбул на территории международного аэропорта имени Ататюрка (Istanbul Atatürk Airport Free Zone)	Стамбул	1990
4	Торгово-промышленная свободная зона Стамбул (Istanbul Industrial&Trade Free Zone)	Стамбул	1995
5	СЭЗ Коджаэли (Kocaeli Free Zone)	Коджаэли	2001
6	СЭЗ Бурса (Bursa Free Zone)	Бурса	2001
7	СЭЗ Измир (Izmir Free Zone)	Измир (Менемен)	1998
8	Эгейская СЭЗ (Aegean Free Zone)	Измир	1990
9	СЭЗ Анталия (Antalya Free Zone)	Анталия	1987
10	СЭЗ Мерсин (Mersin Free Zone)	Мерсин	1987

№	Название	Месторасположение	Год основания
11	СЭЗ Юмурталык-Адана (Adana Yumurtalik Free Zone)	Юмурталык (Адана)	1998
12	СЭЗ Газиантеп (Gaziantep Free Zone)	Газиантеп	1999
13	СЭЗ Кайсери (Kayseri Free Zone)	Кайсери	1998
14	СЭЗ Самсун (Samsun Free Zone)	Самсун	1998
15	СЭЗ Трабзон (Trabzon Free Zone)	Трабзон	1992

В Турции существует три типа особых инвестиционных зон, предлагающих инвесторам специальные льготы.

- Свободные экономические зоны (free zones).** Правительство Турции имеет большой опыт привлечения экспортно-ориентированных компаний, так как первая свободная экономическая зона была создана в стране в 1985 г. С тех пор, по оценкам правительства, в компании, расположенные в свободных зонах, было инвестировано в общей сложности более 2,5 млрд долл. США. В 18 свободных зонах Турции работают более 1,9 тыс. компаний, из которых 500 — компании с иностранными инвестициями. Торгово-промышленная зона Стамбула является крупнейшей в Турции, за ней следуют Европейская и Эгейская свободные зоны. В свободных зонах представлены в основном такие отрасли, как автомобилестроение, текстильная/швейная промышленность, электроника и легкая промышленность. Помимо доступа к инфраструктуре, компаниям-резидентам предоставляется освобождение от уплаты налога на прибыль (в случае производственных компаний), таможенных пошлин, НДС и подоходного налога (в компаниях, реализующих не менее 85% своей продукции за рубежом). Также разрешено репатриировать прибыль. Кроме того, в соответствии с Соглашением о таможенном союзе между Турцией и Европейским союзом (ЕС), товары, находящиеся в свободном обращении в Турции, могут быть отправлены в страны ЕС по сертификату A.TR. Товары, происходящие из третьих стран, освобождаются от таможенной пошлины при ввозе в свободные зоны или при экспорте в другую страну, кроме Турции или ЕС.
- Организованные промышленные зоны (organized industrial zones).** Эти зоны по размеру меньше, чем свободные экономические зоны. Они похожи на промышленные парки или кварталы/комплексы (estates). В Турции насчитывается более 250 организованных промышленных зон в 81 провинции. Эти зоны не предлагают такого же набора стимулов, как свободные зоны, но в дополнение к доступу к коммунальным услугам и инфраструктуре инвесторы пользуются освобождением от уплаты НДС при покупке земли, а также от уплаты налога на недвижимость в течение первых пяти лет после строительства производственного объекта. Организованными промышленными зонами управляют профильные министерства. В стране существует 28 организованных промышленных зон

сельскохозяйственного назначения, которыми управляет Министерство продовольствия, сельского хозяйства и животноводства.

- **Зоны технологического развития** (technology development zones). Расположенные в городских районах, зоны технологического развития предназначены для стимулирования исследований и разработок в новых отраслях. В Турции насчитывается 63 зоны технологического развития, еще 21 зона находится в стадии строительства.

Компания Altinyag Combine — организованная промышленная зона имени Ататюрка в городе Измир — Izmir Ataturk Organized Industrial Zone (IAOIZ)

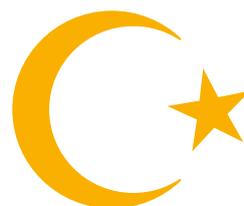
В этой зоне расположена компания Altinyag Combine, которая рафинирует растительное масло из различных видов сырья (подсолнечника, сои, рапса, льна, кукурузы). Производство было запущено в 2012 г. на площади 31 тыс. м². В компании Altinyag работает около 100 человек, а экспорт осуществляется в 40 стран мира.

Компания Rio Santo/Yonca Gida — организованная промышленная зона в городе Маниса

Бренд Rio Santo был запущен в 1981 г. и является одним из турецких брендов растительного масла и другой пищевой продукции. Производственные мощности компании занимают площадь 75 444 м².

Организованная промышленная зона сельскохозяйственного назначения Izmir Dikili TDIOB

Основанная в 2019 г., промышленная зона Izmir Dikili — это крупнейший в Турции и Европе кластер автономных теплиц на геотермальном отоплении для выращивания агрокультур без почвы. Площадь теплиц составит 180 га; для упаковки, переработки и хранения продукции выделено 30 га. Ожидается, что компании-резиденты будут производить примерно 80 тыс. тонн свежих овощей и фруктов в год. Продукция будет реализовываться на внутреннем и международном рынках.



Особенности ведения бизнеса

8





Современная Турция — это мост между Европой и Азией, логистический центр для импорта и экспорта. Деловая культура Турции имеет много схожего с бизнес-этикетом других стран Средиземноморья, преимущественно за счет вероисповедания. Большинство турок — мусульмане и исламские традиции оказывают влияние на культуру поведения в повседневной жизни. При этом Турция — светское государство и влияние религии на турецкую деловую культуру минимально.

Для турок очень важны личные отношения, поэтому успешное деловое сотрудничество во многом зависит от надежности партнеров и доверия к ним. Торг — тоже одна из главных особенностей ведения бизнеса в Турции. Иностранцы должны быть готовы в ходе переговоров пойти на некоторые уступки (или создать впечатление, что уступили).

Иерархия

В Турции есть несколько крупных международных корпораций, но основная часть бизнеса представлена небольшими компаниями, часто семейными. В деловой среде строго соблюдается иерархия. Даже в крупных корпорациях, практикующих более современные методы управления, решения принимает высшее руководство. Менеджеры среднего звена обычно занимаются реализацией политики компании и рабочими процессами. Сотрудники могут представлять на рассмотрение идеи своему непосредственному начальнику, а он, в свою очередь, передает эти предложения менеджерам следующего звена. Принятие итоговых решений часто откладывается, так как высшее руководство включается в процесс переговоров с потенциальными партнерами на более поздних этапах, после достижения определенного уровня доверия.

Планирование и проведение встреч

Договариваться о встрече следует как минимум, за одну-две недели, желательно по телефону. И в дальнейшем для поддержания дружеских отношений телефонные звонки всегда предпочтительнее, чем электронные письма. Иногда для организации переговоров, особенно с турецкими партнерами высокого ранга, может быть полезен поручитель.

Как правило, первая встреча проходит с менеджерами среднего звена. Не следует планировать первую встречу в разгар летнего сезона — это время отпусков. Месяц Рамадан также не подходит, так как в этот период график работы меняется. Также при планировании встреч нужно учитывать мусульманские праздники и время молитв.

Сотрудники крупных корпораций обычно хорошо владеют английским языком, однако рекомендуется заранее узнать, не понадобится ли переводчик.



От иностранных партнеров турки ожидают пунктуальности, но это не исключает того, что в некоторых случаях они могут заставить себя ждать. При планировании встречи важно предусмотреть дорожные пробки, особенно в Стамбуле и Анкаре. В крупных корпорациях к регламенту деловых встреч относятся, как правило, строже, чем в небольших компаниях. Однако чаще всего переговоры в Турции выходят за временные границы.

Деловые встречи, как правило, начинаются со светской беседы. Непринужденное общение на темы, не относящиеся к бизнесу, такие как семья, образование, путешествия, способствует налаживанию дружеских отношений. Расположение турецких коллег вызовет живой интерес к их культуре, спорту, национальной кухне. Таких тем, как политика, религия, этнические конфликты (с греками, курдами, армянами) затрагивать не стоит.

Во время деловых встреч турки не соблюдают привычной в таких случаях дистанции и могут находиться близко к собеседнику. Отстранение может быть истолковано как проявление недружелюбия, так что рекомендуется проявить терпение. Турецкие коллеги говорят не спеша, почти без пауз, поэтому рекомендуется дожидаться, пока они сами предоставят вам слово.

В Турции, как и во многих арабских и азиатских странах, считается неприличным и даже оскорбительным сидеть, закинув ногу на ногу, когда видны подошвы обуви. Это ассоциируется с высокомерием и самоуверенностью, а также противоречит религиозным, моральным и эстетическим нормам. Держать руки в карманах, скрещивать руки на груди, указывать на что-либо пальцем также считается невежливым.

В течение встречи предлагаются легкие закуски, турецкий чай или кофе. Отказываться от угощения не принято. Для еды следует использовать только правую руку, поскольку левая рука в исламе считается «нечистой».

Этикет приветствия

Переговоры начинаются с приветственного рукопожатия с самым старшим представителем делегации. Пожимая руку, принято смотреть в глаза. Между хорошо знакомыми людьми допустимы объятия и похлопывания по спине или плечу. При встрече лиц противоположного пола женщина подает мужчине руку первой. Если этого не произошло, будет достаточно кивка головой и улыбки. Обращаться к турецким партнерам следует таким образом: звание/ титул, потом имя в сочетании со словом «бей» («господин») или «ханым» («госпожа»). Например: профессор Юсуф-бей или доктор Элиф-ханым.

Стиль одежды

Для переговоров в Турции рекомендуется выбрать консервативный стиль. Самый распространенный вариант для мужчин — темный костюм с рубашкой и галстуком, в отдельных ситуациях допустим костюм без галстука. В жаркую погоду дресс-код может быть менее формальным — брюки и рубашка. Для женщин предпочтительны юбка с блузкой или строгое классическое платье. Одежда не должна быть облегающая или декольтированная, колени и руки должны быть закрыты.

Подарки

На деловых встречах не принято обмениваться подарками, но если подарок будет преподнесен, его примут с благодарностью. Это может быть деликатес, которым можно поделиться с остальными участниками встречи или национальный сувенир ручной работы. Как правило, подарки в присутствии дарителя не распаковываются.

Визитные карточки

Турецкие партнеры склонны предлагать визитные карточки, только когда заинтересованы в продолжении деловых отношений. Хорошо, если обмен визитками (по инициативе турецкой стороны) произойдет уже после первой встречи. Карточка иностранного коллеги на турецком языке произведет благоприятное впечатление. Вручать и принимать визитки следует только правой рукой.

Деловое общение

В начале знакомства турки, как правило, предпочитают дипломатичный подход и вежливые, уклончивые фразы. Однако в процессе переговоров общение станет более прямолинейным. Тем не менее, даже в неформальной обстановке стоит придерживаться тактичного и уважительного поведения. Юмор допустим, при условии, что он будет правильно понят. Во время разговора важно поддерживать прямой зрительный контакт, как знак искренности. При этом правоверные мусульмане могут отводить взгляд от лиц противоположного пола.

Для успешного ведения бизнеса в Турции важно не только заручиться расположением партнеров, но заинтересовать их интересным и выгодным предложением. Презентацию проектов желательно подкреплять наглядными материалами, такими как таблицы, графики, карты, диаграммы, прогнозы. Предложения лучше формулировать ясно и лаконично.

Переговоры с турками всегда сопровождаются торгом, это та часть турецкой бизнес-культуры, которой нельзя пренебрегать. Существует общее убеждение, что начальные цены никогда не принимаются, поэтому турецкие партнеры не выступают с предложениями первыми. Но, как только первичная цена названа, ее немедленно стараются сбить. Зная это, неразумно начинать торг с лучшей цены. Целесообразно еще до переговоров наметить приемлемый ценовой диапазон, который позволит медленно продвигаться к целевым цифрам. При этом нужно создавать впечатление, что уступка делается из симпатии и уважения к турецким партнерам.

Чтобы заставить партнеров идти на уступки, турки, из тактических соображений, могут сделать вид, что вообще не заинтересованы в сделке. Они прекрасно осознают, что люди отправляются в деловую поездку не для того, чтобы вернуться домой ни с чем. Провокационно, с помощью неожиданных предложений и компромиссов, турки постараются выведать позицию и возможности другой стороны. Значительно охладить их пыл и запросы можно, если дать им понять, что снижение цены допустимо лишь до определенного предела, после которого торг невозможен.

Согласиться с ценой желательно только после другой предварительной взаимной уступке по какому-либо отдельному или смежному вопросу.

Сильное давление, явная заинтересованность, излишняя напористость и агрессивность партнеров могут привести к обратному результату: турки постараются переломить ситуацию. В этом случае они повернут ее против другой стороны, сославшись на невозможность удовлетворить выдвинутые требования, и могут пригрозить отменой достигнутых соглашений или вообще прекратить переговоры. Поэтому самая достойная тактика поведения — это терпение и выдержка.

Неформальное общение является важной частью бизнес-культуры и дает возможность обеим сторонам лучше узнать друг друга. Турция славится своим гостеприимством. Гостей радушно принимают и щедро угощают. Деловых партнеров могут пригласить в ресторан на ужин или на бизнес-ланч, деловые завтраки тоже не редкость. В такой обстановке преобладают нейтральные темы, такие как семья, культура, спорт. Например, турки очень любят футбол, поэтому симпатию вызовет разговор об игре национальных футбольных команд: «Бешикташ», «Галатасарай», «Фенербахче». Лучше, если деловые вопросы во время еды первыми затронут турецкие коллеги. После еды следует долгий период чаепития, курения и дискуссий. Счет оплачивает пригласившая сторона.

Планируя деловой визит в Турцию, учитывайте нерабочие праздничные дни.

Табл. 17. Государственные праздники Турции в 2024 г.

Праздник	Дата
Новый год	1 января
Праздник разговения (Рамазан-байрам)	21–23 апреля
День национального суверенитета и День детей ⁵	23 апреля
День труда и солидарности	1 мая
День молодежи и спорта	19 мая
Праздник жертвоприношения (Курбан-байрам)	26 июня–1 июля
День демократии и национального единства	15 июля
День Победы ⁶	30 августа
День Республики ⁷	29 октября



⁵ Праздник в честь первого заседания Великого национального собрания (парламента) Турции в 1920 г. в Анкаре. В 1927 г. по инициативе Мустафы Кемала Ататюрка, первого президента Турецкой Республики, основателя современного турецкого государства, 23 апреля было объявлено также «Днем детей», поскольку дети, по его словам, — это «будущее нации».

⁶ Праздник в честь победы турецкой армии в битве при Думлупынаре в 1922 г. в ходе войны за независимость.

⁷ Праздник в честь годовщины провозглашения Турецкой республики 29 октября 1923 г. Он длится не день, а 35 часов, и фактически начинается 28 октября в 13:00.

Преимущества и риски осуществления поставок



Содержание



9.1.

Преимущества

9.2.

Риски

9.1. Преимущества

Растущий рынок

В Турции растут объемы как общего, так и среднедушевого потребления подсолнечного масла. Являясь одним из крупнейших мировых экспортеров рафинированного подсолнечного масла, страна закупает сырое масло для нужд перерабатывающей промышленности. Несмотря на наращивание собственного производства семян подсолнечника, в среднесрочной перспективе Турция останется крупным импортером сырого подсолнечного масла.

Тесные экономические связи

У России налажены тесные экономические связи с Турцией. Объем торговли продукцией АПК между странами растет, причем Россия является лидером по объемам поставок сырого подсолнечного масла и семян подсолнечника на турецкий рынок. Хорошая репутация российских поставщиков облегчает вход на рынок новым экспортерам, обеспечивая доверие к заявленным качественным характеристикам продукции и стабильности поставок.

Благоприятная деловая среда, развитая инфраструктура

Турция занимает 33-е место среди 190 стран в ежегодном рейтинге Doing Business Всемирного банка. В стране создана хорошая транспортная и торговая инфраструктура, а географическое расположение очень удобно для организации логистики российских поставок. Самым распространенным способом доставки подсолнечного масла в Турцию является морская перевозка танкерами из южных портов России.

Падение урожая подсолнечника в Турции

В связи с неблагоприятными климатическими условиями в Турции, особенно в Восточной Фракии, в 2023/24 МГ прогнозируется урожай семян подсолнечника на уровне 1,55 млн тонн, что на 18,4% меньше показателя 2022/23 МГ. Вследствие этого ожидается снижение производства сырого подсолнечного масла.

Потенциал реэкспорта в страны Ближнего Востока

В странах Ближнего Востока также наблюдается рост потребления подсолнечного масла, что связано с ростом населения, урбанизацией и постепенным ростом благосостояния жителей стран Ближнего Востока. Турецкие бренды подсолнечного масла занимают ведущие позиции на рынках этих государств. В связи с этим видится перспективным установление долгосрочных партнерских отношений между российскими экспортерами сырого подсолнечного масла и турецкими производителями рафинированного масла.

Развитая логистическая инфраструктура

Поставки в Турцию не требуют значительных логистических издержек, эффективны по времени и просты в оформлении. Наиболее короткий путь — через Стамбул и Трабзон. Рост сектора электронной коммерции позволяет крупным экспортерам сформировать свои собственные дистрибьюторские сети, которые следует расположить именно в указанных портах.

9.2. Риски

Политическая нестабильность

В настоящее время политические отношения между Россией и Турцией недостаточно стабильны. В новейшей истории взаимоотношений между двумя государствами поставщики продукции АПК неоднократно становились заложниками политического противостояния и были вынуждены прекращать поставки.

Тарифное регулирование

Значительные риски для экспортеров связаны с практикой применения мер тарифного регулирования, таких как повышение ставок ввозных таможенных пошлин до уровня заградительных, либо полный запрет на импорт продукции из определенных стран. Ситуация с введением в Турции высоких ввозных пошлин на российское подсолнечное масло в 2017 г. в период «помидорной войны» является примером из недавней истории.



Высокая конкуренция на рынке рафинированного масла

На турецком розничном рынке практически не представлены иностранные бренды рафинированного подсолнечного масла, доминируют турецкие производители. Это осложняет выход на рынок российского брендированного рафинированного масла, вынуждая работать преимущественно в B2B-сегменте.

Волатильный валютный курс

Для российских экспортеров особый риск представляет переход на расчеты в национальной валюте с крайне волатильным курсом турецкой лиры. Нестабильная монетарная политика Анкары, а также скачки цен на энергоносители могут вызвать значительные флуктуации турецкой валюты.

Сложность бюрократических процессов

В некоторых случаях законодательство Турции меняется внезапно. Иностранные компании испытывают сложности, когда нужно быстро адаптироваться к непредсказуемой нормативно-правовой среде. Поэтому зарубежным компаниям может потребоваться сотрудничество с местными партнерами, консалтинговыми компаниями или юридическими фирмами, чтобы преодолеть препятствия, связанные с бюрократией.

Карта действий экспортера



10



Этап I — Подготовка к экспорту

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

Этап II — Действия на территории России, которые необходимо предпринять для экспорта продукции в Турцию (см. раздел 3 «Требования и стандарты на продукцию» и раздел 4 «Особенности и барьеры входа на рынок»)

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

По итогам этапа II осуществляется вывоз продукции с территории России.

Контактная информация



Содержание



11.1.

Потенциальные партнеры

11.2.

Профильные организации

11.1. Потенциальные партнеры

Компания	Профиль	Контактная информация
Savola Gıda	Импортер	Адрес: Palladium Tower, Barbaros Mah. Kardelen Sok. No: 2 Kat: 36 D: 123 İstanbul TR, 34746 Ataşehir Тел.: +90 216 578 68 00 E-mail: savolainfo@savola.com Сайт: http://savolagida.com.tr
Orkide	Импортер	Адрес: Ankara Cad. No: 102, Bornova, İzmir Тел.: +90 232 388 25 57 E-mail: info@orkide.com Сайт: https://www.orkide.com.tr
Aymar Yağ ve Gıda San. A.Ş.	Импортер	Адрес: : Bahariye Cad. No: 80 D: 12-13-14 34174 Kadıköy İstanbul Тел.: + 90 216 414 48 21 E-mail: aymar@aymar.com.tr Сайт: www.aymar.com.tr
Edirne Yağ San ve Ticaret	Импортер	Адрес: İstasyon Mahallesi Talatpaşa Caddesi No:5 22100 Edirne Тел.: + 90 284 235 06 30 E-mail: olin@olin.com.tr Сайт: www.olin.com.tr
Reka Oil	Переработчик / импортер	Адрес: Barbaros Mh., Mor Sümbül Sk., Varyap Meridian I Blok Kat: 6, No. 82, Ataşehir, İstanbul Тел.: +90 216 687 1700 E-mail: info@rekaoil.com Сайт: www.rekaoil.com/
Aves	Переработчик / импортер	Адрес: Toroslar Mah. Gizem Sok. No:19 Akdeniz / Mersin Тел.: +90 324 237 69 00 E-mail: trade@avesas.com.tr Сайт: www.avesas.com.tr
Abalioglu Oil	Переработчик / импортер	Адрес: 10006/1, Sokak No. 19, AOSB, Çiğli, İzmir Тел.: +90 232 328 3172 E-mail: info@abaliyag.com Сайт: www.abaliogluyag.com
Oruçoğlu Yağ Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi	Переработчик / импортер	Адрес: Organize Sanayi Bölgesi 1, Cadde No. 13, Afyonkarahisar Тел.: +90 272 221 11 33 E-mail: info@orucogluyag.com.tr Сайт: www.orucogluyag.com.tr

Компания	Профиль	Контактная информация
Trakya Birlik	Переработчик / импортер	Адрес: 1. Murat Mah. Zübeyde Hanım Cad. No: 2 22030 — EDİRNE Тел.: +90 284 214 55 22 E-mail: trakyabirlik@trakyabirlik.com.tr Сайт: www.trakyabirlik.com.tr
Zade Yağları	Переработчик / импортер	Адрес: Altunizade Mahallesi Kısıklı Caddesi No:35/2 Aksel İş Merkezi B Blok Kat:3 Üsküdar/ İstanbul Тел.: +90 216 411 00 14 E-mail: info@zade.com.tr Сайт: www.zade.com.tr

11.2. Профильные организации

Организация	Контактная информация
Министерство сельского и лесного хозяйства (Türkiye Cumhuriyeti Tarım ve Orman Bakanlığı)	Адрес: Beştepe Mahallesi Söğütözü Caddesi No:8/1 06560 Yenimahalle, Ankara Тел.: +90 312 296 40 00 E-mail: ogm@ogm.hs01.kep.tr Сайт: www.ogm.gov.tr/tr
Департамент продовольствия и контроля Министерства сельского и лесного хозяйства (Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü)	Адрес: Eskişehir Yolu 9. Km Yeni Bina 4-5-6-7.kat Lodumlu 06100 Ankara Тел.: +90 312 287 3360 E-mail: kkgm@kkgm.gov.tr Сайт: www.tarim.gov.tr/GKGM
Министерство окружающей среды и градостроительства (Türkiye Cumhuriyeti Çevre ve Şehircilik Bakanlığı)	Адрес: : Mustafa Kemal Mahallesi 2082. Cadde No: 52 Çankaya, Ankara Тел.: +90 312 410 10 00 E-mail: cevreseshircilikbakanligi@hs01.kep.tr Сайт: www.csb.gov.tr
Общество по поддержке сельского хозяйства и развития сельских районов (Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu)	Адрес: Turan Güneş Bulvarı No:68 Çankaya, Ankara Тел.: +90 312 409 14 00 E-mail: nfo@tkdk.gov.tr Сайт: www.tdkd.gov.tr
Главное таможенное управление при Министерстве торговли (Türkiye Cumhuriyeti Gümrükler Genel Müdürlüğü)	Адрес: Dumlupınar Bulvarı No:151 Eskişehir Yolu 9. Km. 06530-Çankaya, Ankara Тел.: +90 312 204 75 00 E-mail: nfo@tkdk.gov.tr Сайт: https://ggm.ticaret.gov.tr

Контактная информация

Организация	Контактная информация
Министерство торговли (Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı)	Адрес: Söğütözü Mah. 2176. Sk. No:63 06530, Çankaya, Ankara Тел.: + 90 312 204 7500 Сайт: www.ticaret.gov.tr
Департамент инвестиций Президиума Турецкой Республики (Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi)	Адрес: Cumhurbaşkanlığı Çankaya Köşkü Yerleşkesi Ziaur Rahman Caddesi No: 1 Çankaya/Ankara 06700 Тел.: +90 312 413 8900 Сайт: www.invest.gov.tr
Ассоциация производителей растительного масла (Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği)	Адрес: Beştepe Moment Plaza 32. Cad. No 1/56 Yenimahalle-Ankara Тел.: +90 312 426 16 82 Сайт: www.bysd.org.tr

**Государственная
поддержка экспорта
продукции АПК**



12



Программа льготного кредитования

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

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

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа создания и модернизации объектов АПК

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа льготного лизинга

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

Компетентные органы: Минсельхоз России

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

Программа стимулирования увеличения производства масличных культур

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа строительства мелиоративных сооружений

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, РОУ АПК

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

Программа компенсации затрат на транспортировку продукции АПК

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Компенсация затрат на сертификацию продукции АПК на внешних рынках

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

Компетентные органы: Минсельхоз России, АО «РЭЦ»

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

Программа продвижения продукции АПК на внешние рынки

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

Компетентные органы: АО «РЭЦ», Минсельхоз России

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

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

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

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

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

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

Компетентные органы: Минпромторг России, АО «РЭЦ»

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

Приложение №1.

Нормативно-правовая база

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

- [Гражданский кодекс \(2003 г.\);](#)
- [Коммерческий кодекс \(2011 г.\);](#)
- [Закон о таможене \(1999 г.\);](#)
- [Закон о трудовой деятельности \(2003 г.\);](#)
- [Закон о прямых иностранных инвестициях \(2003 г.\);](#)
- [Закон о свободных зонах \(1985 г.\);](#)
- [Закон о защите конкуренции \(1994 г.\);](#)
- [Закон о международном арбитраже \(2001 г.\);](#)
- [Закон о международном частном и процессуальном праве \(2007 г.\);](#)
- [Положение о базе данных по интеллектуальной собственности;](#)
- [Закон о промышленной собственности \(2016 г.\);](#)
- [Положение о географических указаниях \(2018 г.\);](#)
- [Закон об авторских правах на интеллектуальные и художественные произведения \(с поправками 2014 г.\);](#)
- [Закон о защите товарных знаков \(1995 г.\).](#)

Более подробно с турецким законодательством на английском языке можно ознакомиться на правовом портале [LAWSTURKEY](#).

Полезная информация на сайте Агроэкспорта

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



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



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



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



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



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



Мы в социальных сетях:

Вконтакте: vk.com/aemcx



Яндекс Дзен: zen.yandex.ru/aemcx



Telegram: t.me/mcxae



Rutube: rutube.ru/channel/24261638



Связаться с нами:

Сайт: www.aemcx.ru

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

Почта: info@aemcx.ru

