

07 апреля 2025

ЧЕЧЕВИЦА СУШЕНАЯ



ТУРЦИЯ



Обзор ВЭД



Содержание

Паспорт страны	5
Внешняя торговля продукцией АПК	9
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Турцией	15
Обзор рынка чечевицы сушеной в Турции	18
Импорт чечевицы сушеной Турции	22
Тарифная защита рынка	28
Потребительские предпочтения	29
Торгово-распределительная сеть	32



Сергей Плужников

Руководитель аналитического агентства Russian Pulses Analytics



На мировом рынке Турция является очень важным игроком с точки зрения импорта, переработки и экспорта бобовых культур за счет своего уникального географического положения. Она имеет возможность закупать крупнотоннажные партии гороха, нута и чечевицы для дальнейшей переработки и поставок в соседние страны. Индустрия очистки бобовых сконцентрирована в Мерсине, что позволяет в рекордно короткие сроки перерабатывать, фасовать и отгружать партии объемом от одной фуры до нескольких тысяч тонн.

Турция сама выращивает чечевицу, причем является ведущим ее производителем на Ближнем Востоке. Большую часть площадей занимает красная чечевица: в 2024 году из общей площади под чечевицей в 313 тыс. га на красную приходилось 242 тыс. га, а на зеленую — лишь 70 тыс. га. Потребление чечевицы в Турции оценивается на уровне около 6 кг на человека в год, что является довольно высоким уровнем. Кстати, одной из кулинарных визитных карточек республики является турецкий чечевичный суп.

Благодаря стабильным урожаям страна покрывает основную часть внутреннего спроса на чечевицу за счет собственного производства. Большая часть импортируемой Турцией красной чечевицы перерабатывается и отправляется на реэкспорт, тогда как приобретенная за рубежом зеленая чечевица в основном остается на внутреннем рынке и потребляется местным населением.

Россия находится на первом месте в списке экспортеров продукции АПК в Турцию в стоимостном выражении. Если рассматривать именно сегмент чечевицы, то последние пять лет Россия конкурирует с Казахстаном за второе место в списке поставщиков, в то время как первое место уверенно занимает Канада. Изучив список экспортеров чечевицы в республику, можно сделать несколько выводов. Во-первых, Турция готова платить за качество, и, во-вторых, готова расширять пул поставщиков в случае дефицита (порой закупки осуществляются даже в Австралии). Это приводит нас к оптимистичному выводу: если мы сможем нарастить объемы производства чечевицы, существенно улучшив ее качество, то можемкратно вырасти и в поставках. Надеюсь, это станет сигналом для наших производителей и экспортеров.



Резюме

- В настоящее время основным вызовом для экономики Турции является крайне высокий уровень инфляции, ограничивающий покупательную способность населения и вынуждающий центральный банк страны проводить жесткую денежно-кредитную политику. Как следствие, в краткосрочной перспективе ожидается замедление темпов роста реального ВВП республики до 2,6%.
- В 2024 г. импорт продукции АПК Турции сократился на 9,7% до 21,7 млрд долл. США, в то время как экспорт увеличился на 5,3% до 32,6 млрд долл. США. Наиболее востребованными на рынке страны импортными сельскохозяйственными товарами по итогам года являлись соевые бобы, пшеница и масло подсолнечное, крупнейшими поставщиками аграрной продукции — Россия, Бразилия и Украина. Основу аграрного экспорта республики в 2024 г. составили мучные кондитерские и хлебобулочные изделия, орехи, фрукты и масло подсолнечное, ведущими покупателями выступили Ирак, Германия и США.
- В 2024 г. товарооборот продукции АПК между Россией и Турцией сократился на 25,9% по сравнению с уровнем 2023 г. и составил около 5,3 млрд долл. США. Основу турецкого импорта из России традиционно составляют зерновые, масличные и продукты их переработки, в структуре экспорта республики наибольшая доля приходится на рыбу и различные фрукты.
- Турция — один из крупнейших мировых производителей чечевицы, которую в стране выращивают в основном небольшие фермерские хозяйства Юго-Восточной, Центральной и Восточной Анатолии. В 2024 г. в республике произведено 476,0 тыс. тонн (+28,4% к 2020 г.) данной культуры, из них более 85% пришлось на красную чечевицу. Также в Турции наблюдается достаточно высокий уровень потребления сушеной чечевицы (свыше 5 кг на человека в год), и большая часть внутреннего спроса на нее удовлетворяется за счет местного производства. При этом республика также импортирует значительные объемы данной продукции, в т.ч. для дальнейшего реэкспорта.
- В последние годы Турция стабильно входит в тройку ведущих импортеров и экспортеров сушеной чечевицы. Основными поставщиками данной продукции на турецкий рынок являются Канада, Казахстан и Россия, крупнейшими покупателями — страны ближнего Востока и Африки. Республика импортирует преимущественно красную чечевицу, на которую в 2024 г. пришлось 84,4% закупок в натуральном выражении и 76,1% в стоимостном. При этом средняя импортная цена сушеной чечевицы в Турции по итогам года практически не изменилась и составила 711 долл. США за тонну.
- В настоящее время ставка ввозной таможенной пошлины на импортируемую в Турцию российскую несеменную сушеную чечевицу в рамках режима наибольшего благоприятствования составляет 19,30%. Аналогичная ставка действует на продукцию из всех основных стран-поставщиков чечевицы на турецкий рынок.
- Чечевица — важный для турецкой кухни продукт, входящий в состав многих национальных блюд. Жители сельских районов высоко ценят ее за относительно низкую стоимость, питательную ценность и простоту приготовления, в то время как для более обеспеченного городского населения данный вид бобовых является прежде всего полезным источником растительного белка и клетчатки.



Паспорт страны

Турция — крупное ближневосточное государство, расположенное на азиатском и европейском континентах. Относится к числу новых индустриальных стран и входит в двадцатку ведущих экономик мира по уровню ВВП за счет развитой автомобильной, химической и текстильной промышленности, а также туризма. Стабильное развитие турецкого сельского хозяйства республики обеспечивается, главным образом, за счет выгодных экономико-географических условий: страна расположена в области мягкого средиземноморского климата и богата земельными ресурсами, а также находится на пересечении ключевых торговых маршрутов между Европой и Азией. Как следствие, Турция является крупным логистическим хабом, важным региональным центром производства и переработки ряда продуктов АПК, а также одним из главных покупателей российских сельскохозяйственных товаров.



Общая информация (2023 г.)

ВВП в текущих ценах: 1,1 трлн долл. США

ВВП по ППС в текущих ценах: 3,3 трлн межд. долл.

Рост реального ВВП: 5,1%

ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах: 38,4 тыс. межд. долл.

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод: 11,7 тыс. долл. США, группа стран с доходами выше среднего уровня

Уровень инфляции: 53,9%

Приток ПИИ: 10,4 млрд долл. США

Население: 85,4 млн человек

Площадь территории страны: 783,6 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 380,9 тыс. км²

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

Уровень урбанизации: 77,5%

Уровень безработицы: 9,4%

Структура ВВП: сельское хозяйство (6,2%), промышленность (28,4%), сфера услуг (54,1%), чистые налоги (11,3%)

Структура занятости: сельское хозяйство (14,6%), промышленность (27,6%), сфера услуг (57,8%)

Объем экспорта продукции АПК (2024 г.): 32,6 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: мучные кондитерские изделия, фундук (лесные орехи), масло подсолнечное, фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом, мука пшеничная или пшенично-ржаная

Объем импорта продукции АПК (2024 г.): 21,7 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: соевые бобы, пшеница, масло подсолнечное, кукуруза, масло пальмовое

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



Экономическое положение страны

В последние годы в Турции начал ослабевать положительный эффект проведенных в начале 2000-х гг. структурных макроэкономических реформ, что привело к замедлению роста производительности труда и увеличению зависимости экономического роста от внешнего финансирования и внутреннего спроса. Тем не менее турецкая экономика (одна из немногих) избежала рецессии в период пандемии COVID-19 в 2020 г., и по итогам 2021 г. реальный ВВП страны вырос на 11,4%, что значительно выше среднего показателя по миру. 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.

На фоне сложной глобальной экономической ситуации и достаточно мягкой денежно-кредитной политики Центрального банка Турции (сохранение ключевой ставки на низком относительно роста цен уровне) темпы роста реального ВВП республики замедлились до 5,5% в 2022 г. и 5,1% в 2023 г. Дополнительными вызовами для страны явились сверхвысокая неуправляемая инфляция, растущий дефицит счета текущих операций и значительный уровень внешнего долга, а также серьезные социально-экономические последствия землетрясений, произошедших в феврале 2023 г.

Согласно оценкам, в 2024 г. темп роста реального ВВП Турции составил 2,8% и, по прогнозам, значение данного показателя продолжит снижаться в 2025 г., что в первую очередь связано с переходом страны к более жесткой денежно-кредитной политике на фоне сохраняющегося высокого уровня инфляции. В среднесрочной перспективе ожидается увеличение темпов роста турецкого ВВП по мере уменьшения инфляционного давления и ожидаемого в этой связи смягчения кредитных условий со стороны Центрального банка Турции.



Источник: МВФ

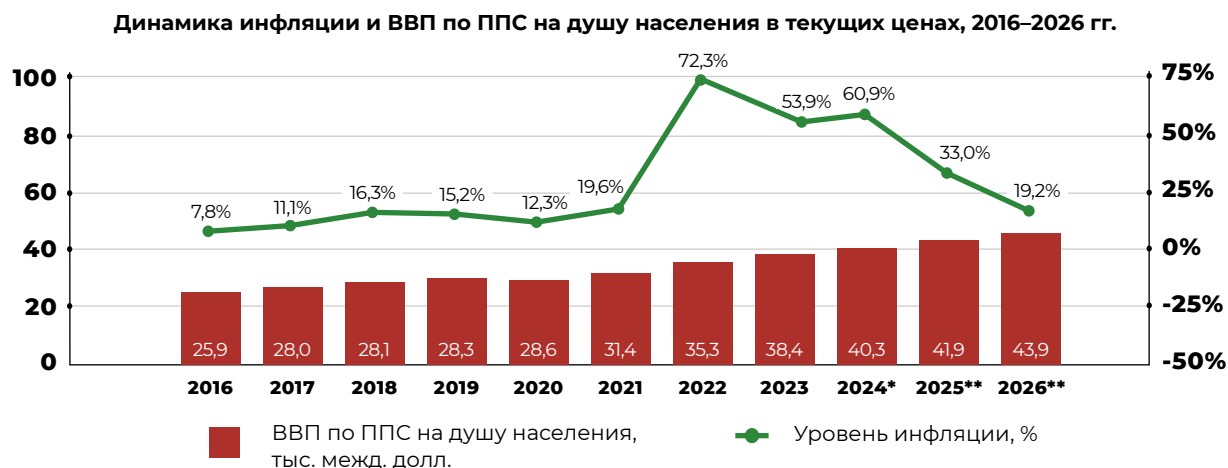
Примечание. *Оценка, **прогноз, данные МВФ по состоянию на 17.01.2025 г.

В 2022 г. девальвация турецкой лиры привела к быстрому росту цен на импортные товары, включая энергоносители и продукты питания. Данное обстоятельство в сочетании с высоким внутренним спросом привело к повышению уровня инфляции в Турции до рекордных 72,3% по итогам года (по сравнению с 19,6% годом ранее). В 2023 г. значение показателя уменьшилось до 53,9% во многом благодаря пересмотру центральным банком страны денежно-кредитной политики и началу цикла



повышения ключевой ставки. С февраля 2023 г. по октябрь 2024 г. ставка суммарно увеличена на 4 150 б.п. до 50,0%. Тем не менее уровень инфляции в республике сохранился выше средних значений 2015–2021 гг., и при этом наиболее быстро росли цены на услуги, продукты питания, напитки и табачные изделия. В 2024 г. инфляция в Турции вновь ускорилась на фоне индексации тарифов и заработной платы и, по оценкам, составила 60,9%.

В конце 2024 г. в стране начался спад инфляции, вследствие чего Центральный банк Турции принял решение о снижении ключевой ставки: с декабря 2024 г. по март 2025 г. ставка снижена на 750 б.п. до 42,5%. Согласно данным национального регулятора, в 2025 г. инфляция продолжила снижаться, однако также сохранилась проблема обесценения турецкой лиры, что является существенным проинфляционным фактором, вынуждающим правительство республики принимать меры по поддержке национальной валюты. Ожидается, что в среднесрочной перспективе жесткая денежно-кредитная политика позволит Турции минимизировать проинфляционные риски, связанные с ослаблением курса лиры, и добиться постепенного замедления темпов роста цен.



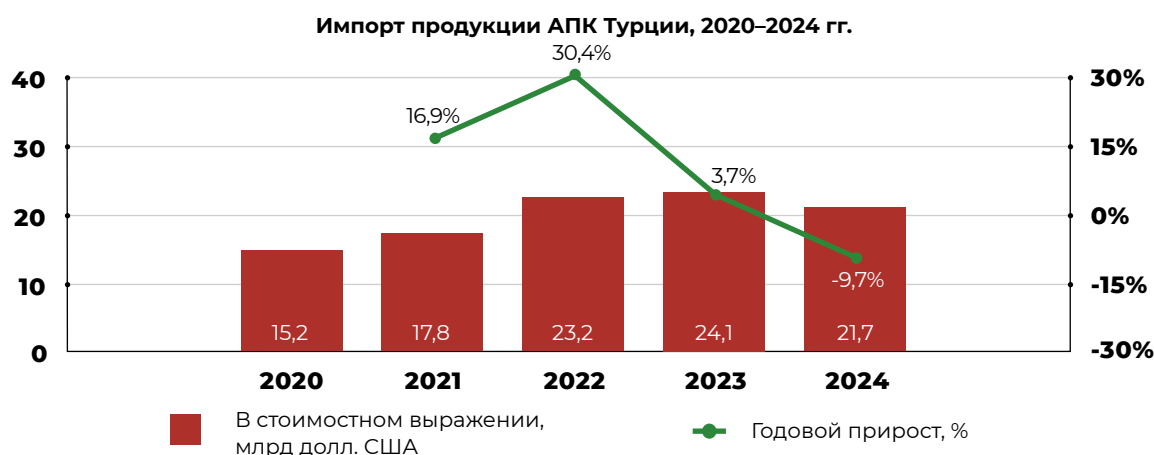
Источник: МВФ

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

Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2024 г. Турция импортировала продукции АПК на сумму 21,7 млрд долл. США, что на 9,7% или 2,3 млрд долл. США ниже рекордного уровня 2023 г. и при этом на 42,7% (6,5 млрд долл. США) больше, чем в 2020 г.



Источник: ITC Trade Map

Наиболее востребованными на рынке Турции импортными продуктами АПК в 2024 г. являлись соевые бобы (8,1% всего объема импорта сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении или 1,8 млрд долл. США), пшеница (6,3% или 1,4 млрд долл. США), масло подсолнечное (6,1% или 1,3 млрд долл. США). В топ-5 импортируемых страной продуктов АПК по итогам года также вошли кукуруза (4,8% или 1,0 млрд долл. США) и масло пальмовое (3,4% или 739,1 млн долл. США). Суммарно на 10 основных товарных позиций в 2024 г. пришлось 42,0% общего объема импорта сельскохозяйственных товаров Турции в стоимостном выражении.

Относительно предыдущего года наибольший прирост в 2024 г. наблюдался в импорте страной говядины и пищевых субпродуктов КРС (в 2,2 раза или +289,2 млн долл. США), кукурузы (+71,6% или +430,4 млн долл. США) и табачного сырья (+17,3% или +74,6 млн долл. США). При этом отмечалось значительное сокращение закупок пшеницы (-61,6% или -2,2 млрд долл. США), живого КРС (-39,4% или -458,8 млн долл. США), а также масла подсолнечного (-21,0% или -354,9 млн долл. США).



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

№	Наименование	2023	2024	Прирост в 2024 к 2023	
				млн долл. США	%
1	Соевые бобы	1,6	1,8	119,8	7,3
2	Пшеница	3,5	1,4	-2 180,5	-61,6
3	Масло подсолнечное	1,7	1,3	-354,9	-21,0
4	Кукуруза	0,6	1,0	430,4	71,6
5	Масло пальмовое	0,8	0,7	-62,0	-7,7
6	КРС живой	1,2	0,7	-458,8	-39,4
7	Жмых и шрот соевые	0,8	0,7	-130,5	-16,3
8	Говядина и пищевые субпродукты КРС	0,2	0,5	289,2	в 2,2 раза
9	Табачное сырье	0,4	0,5	74,6	17,3
10	Кофе	0,5	0,5	31,4	6,8
	Прочие продукты	12,7	12,6	-100,7	-0,8
	Итого	24,1	21,7	-2 341,9	-9,7

Источник: ITC Trade Map



Источник: ITC Trade Map

Крупнейшими экспортерами продукции АПК в Турцию в 2024 г. являлись Россия (15,7% импорта продукции АПК страны в стоимостном выражении), Бразилия (9,2%) и Украина (9,0%). Совокупно на топ-10 стран-поставщиков по итогам года пришлось 58,4% импорта продукции АПК республики в стоимостном выражении.

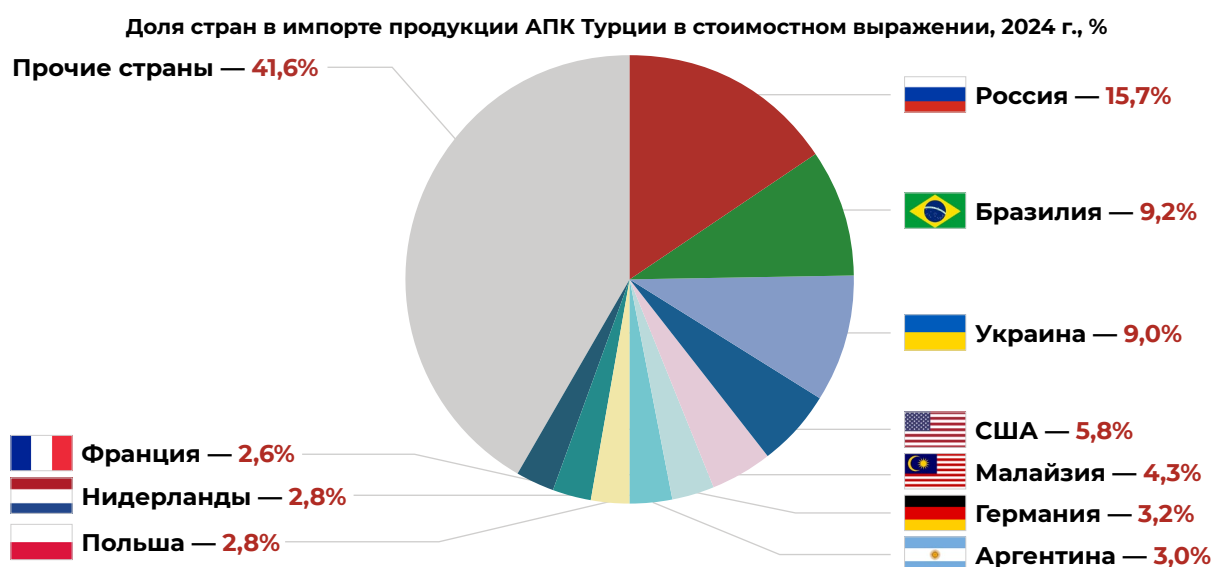


За 2024 г. Турция наиболее заметно нарастила закупки сельскохозяйственных товаров из Польши (+43,3% или +184,6 млн долл. США), США (+18,2% или +193,3 млн долл. США) и Франции (+17,3% или +83,2 млн долл. США). Вместе с тем по итогам года существенно сократились поставки из России (-34,8% или -1,8 млрд долл. США) и Украины (-36,3% или -1,1 млрд долл. США).

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

№	Страна	2020	2021	2022	2023	2024
1	Россия	3,2	4,3	5,5	5,2	3,4
2	Бразилия	1,4	1,5	2,2	2,2	2,0
3	Украина	1,0	1,5	3,4	3,1	2,0
4	США	0,7	0,9	0,9	1,1	1,3
5	Малайзия	0,6	0,9	1,2	1,0	0,9
6	Германия	0,4	0,4	0,5	0,7	0,7
7	Аргентина	0,5	0,5	0,8	0,7	0,6
8	Польша	0,1	0,2	0,2	0,4	0,6
9	Нидерланды	0,4	0,5	0,5	0,5	0,6
10	Франция	0,2	0,3	0,4	0,5	0,6
	Прочие страны	6,6	6,8	7,6	8,7	9,0
	Итого	15,2	17,8	23,2	24,1	21,7

Источник: ITC Trade Map

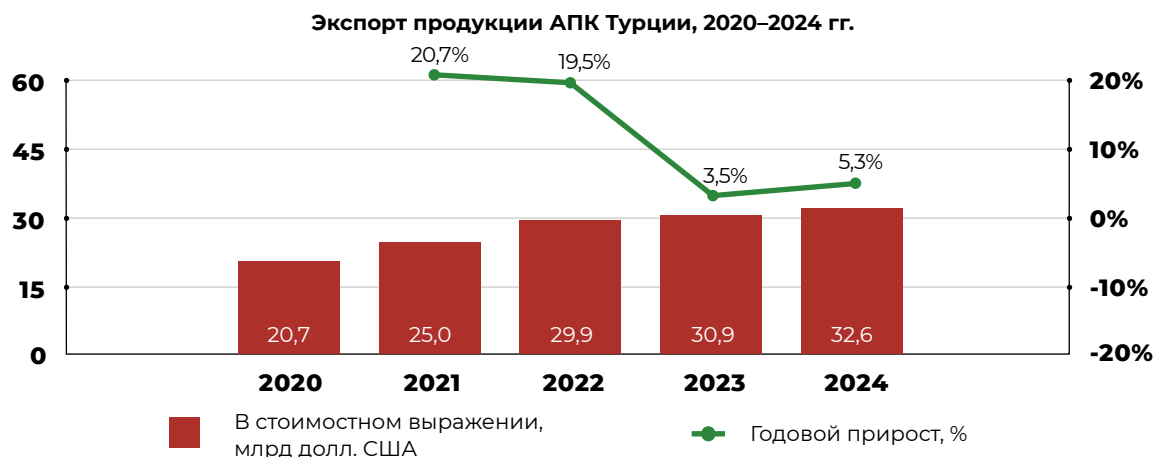


Источник: ITC Trade Map



Экспорт продукции АПК

Экспорт продукции АПК Турции в 2024 г. составил 32,6 млрд долл. США, что на 5,3% или 1,6 млрд долл. США выше уровня 2023 г. и на 57,2% или 11,8 млрд долл. США больше, чем в 2020 г. В целом в 2020–2024 гг. турецкий экспорт сельскохозяйственных товаров в стоимостном выражении увеличивался в среднем на 12,0% ежегодно.



Источник: ITC Trade Map

Экспорт сельскохозяйственных товаров Турции сегодня в значительной степени диверсифицирован. По итогам 2024 г. в топ-5 экспортных позиций национального АПК вошли мучные кондитерские и хлебобулочные изделия (5,0% или 1,6 млрд долл. США), фундук (4,6% или 1,5 млрд долл. США), масло подсолнечное (3,9% или 1,3 млрд долл. США), фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом (3,9% или 1,3 млрд долл. США), а также мука пшеничная или пшенично-ржаная (3,6% или 1,2 млрд долл. США). Всего в 2024 г. на 10 наиболее востребованных на мировом рынке видов сельскохозяйственных товаров Турции пришлось 34,6% стоимостного экспорта аграрной продукции страны.

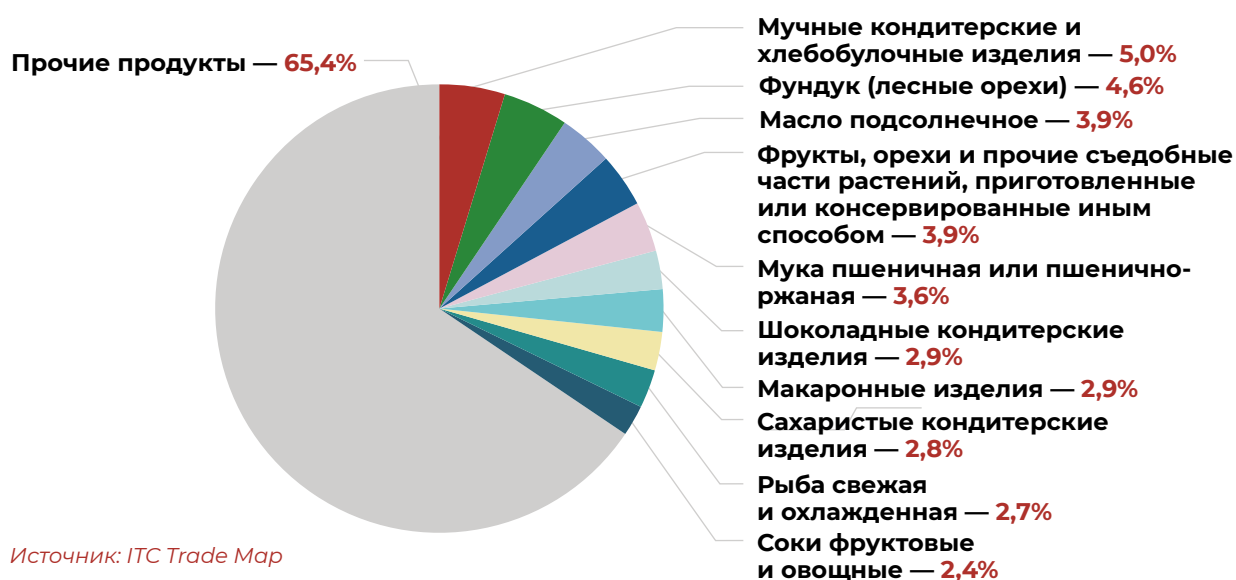
За 2024 г. наиболее заметно в денежном выражении увеличился турецкий экспорт фундука (+51,3% или +510,9 млн долл. США), соков фруктовых и овощных (+35,6% или +204,2 млн долл. США), рыбы свежей и охлажденной (+25,5% или +176,9 млн долл. США), а также фруктов, орехов и прочих съедобных частей растений (+19,1% или +203,6 млн долл. США). Одновременно наблюдалось значительное сокращение экспорта страной муки пшеничной или пшенично-ржаной (-21,3% или -313,6 млн долл. США).

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

№	Наименование	2023	2024	Прирост в 2024 к 2023	
				млн долл. США	%
1	Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	1,5	1,6	119,8	8,0
2	Фундук (лесные орехи)	1,0	1,5	510,9	51,3
3	Масло подсолнечное	1,4	1,3	-79,9	-5,9
4	Фрукты, орехи и прочие съедобные части растений, приготовленные или консервированные иным способом	1,1	1,3	203,6	19,1
5	Мука пшеничная или пшенично-ржаная	1,5	1,2	-313,6	-21,3
6	Шоколадные кондитерские изделия	0,9	0,9	67,4	7,7
7	Макаронные изделия	0,9	0,9	26,7	2,9
8	Сахаристые кондитерские изделия	0,9	0,9	16,5	1,8
9	Рыба свежая и охлажденная	0,7	0,9	176,9	25,5
10	Соки фруктовые и овощные	0,6	0,8	204,2	35,6
	Прочие продукты	20,6	21,3	714,2	3,5
	Итого	30,9	32,6	1 646,6	5,3

Источник: ITC Trade Map

Структура экспорта продукции АПК Турции в стоимостном выражении, 2024 г., %



Источник: ITC Trade Map

Крупнейшим импортером продукции АПК Турции является соседний Ирак, на который в 2024 г. пришлось 14,3% экспорта страны в стоимостном выражении. В тройку ведущих покупателей турецких сельскохозяйственных товаров по итогам года также вошли Германия (7,2%) и США (6,4%). Россия заняла четвертую строчку рейтинга с объемом импорта в 1,9 млрд долл. США. Суммарно на 10 основных стран-импортеров в 2024 г. пришлось 52,3% экспорта продукции АПК Турции.



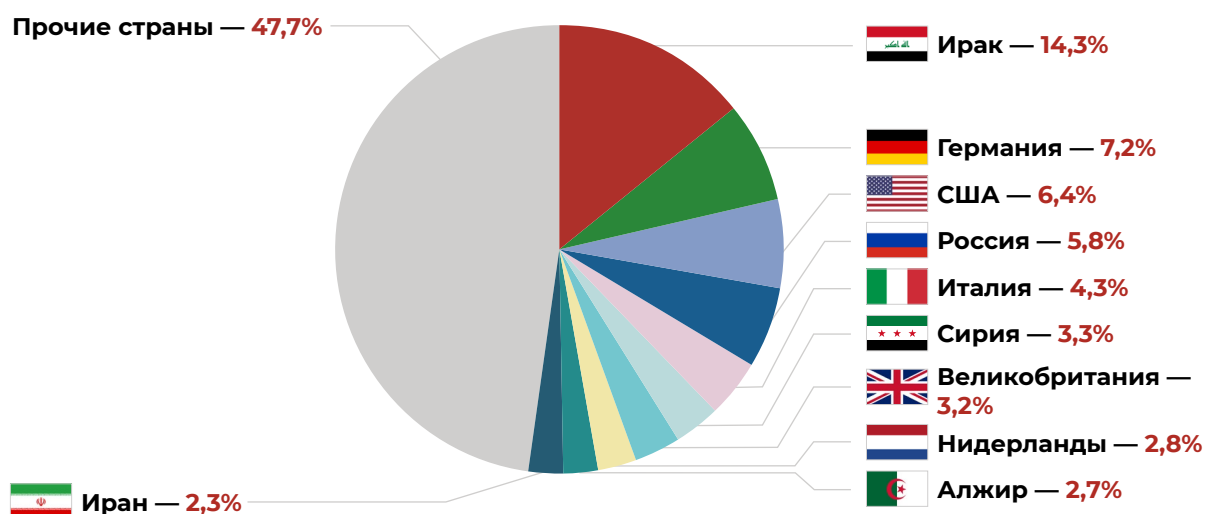
Наибольший прирост объемов закупок сельскохозяйственных товаров Турции в 2024 г. продемонстрировали Алжир (+45,2% или +272,5 млн долл. США), Германия (+17,7% или +355,0 млн долл. США), Нидерланды (+17,2% или +135,2 млн долл. США), Великобритания (+16,7% или +147,9 млн долл. США), Сирия (+15,9% или +144,9 млн долл. США) и США (+10,6% или +199,7 млн долл. США).

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

№	Страна	2020	2021	2022	2023	2024
1	Ирак	2,9	3,5	5,3	4,5	4,7
2	Германия	1,6	1,9	1,8	2,0	2,4
3	США	1,1	1,5	1,9	1,9	2,1
4	Россия	1,4	1,6	2,1	1,9	1,9
5	Италия	0,8	1,1	0,9	1,3	1,4
6	Сирия	0,6	1,0	1,1	0,9	1,1
7	Великобритания	0,7	0,7	0,8	0,9	1,0
8	Нидерланды	0,6	0,7	0,7	0,8	0,9
9	Алжир	0,1	0,3	0,4	0,6	0,9
10	Иран	0,3	0,6	0,3	0,7	0,7
	Прочие страны	10,4	12,1	14,6	15,5	15,5
	Итого	20,7	25,0	29,9	30,9	32,6

Источник: ITC Trade Map

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



Источник: ITC Trade Map



Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Турцией

В 2024 г. объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Турцией сократился на 25,9% по сравнению с уровнем 2023 г. и составил около 5,3 млрд долл. США. Турецкий импорт из России за год сократился на 34,8% до 3,4 млрд долл. США, экспорт — на 1,8% до 1,9 млрд долл. США. Импорт Турции из России в 2024 г. составил 64,5% товарооборота продукции АПК между двумя странами.



Источник: ITC Trade Map



В 2024 г. Турция поставила на российский рынок 1,4 млн тонн сельскохозяйственных товаров на сумму около 1,9 млрд долл. США, и на Россию пришлось 5,8% всего экспорта продукции АПК страны. Основными товарными позициями в структуре турецкого экспорта в стоимостном выражении в 2024 г. являлись рыба мороженная (16,2%), мандарины (10,6%), персики свежие (8,5%), рыба свежая и охлажденная (6,8%), а также лимоны и лаймы (3,7%).

Уменьшение объема экспорта Турции в Россию на 1,8% в стоимостном выражении в 2024 г. обусловлено преимущественно сокращением поставок мандаринов на 26,7% относительно 2023 г. В то же время существенно увеличились поставки турецкой рыбы мороженной (+37,7%), свежей и охлажденной (+29,1%).

Турецкий экспорт, 2023–2024 гг.

№	Наименование	2023		2024		Прирост в 2024 к 2023			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Рыба мороженная	43,7	220,4	52,8	303,5	9,1	20,9	83,1	37,7
2	Мандарины	487,3	271,0	277,0	198,7	-210,3	-43,1	-72,2	-26,7
3	Персики свежие	148,4	143,9	161,7	159,6	13,3	8,9	15,7	10,9
4	Рыба свежая и охлажденная	17,5	99,1	21,1	127,9	3,6	20,4	28,8	29,1
5	Лимоны и лаймы	140,7	76,7	125,2	69,0	-15,5	-11,0	-7,6	-10,0
6	Виноград свежий	82,4	74,7	57,4	60,4	-24,9	-30,3	-14,4	-19,2
7	Картофель, приготовленный или консервированный без уксуса (в т.ч. чипсы)	37,4	56,2	42,9	57,1	5,5	14,7	0,9	1,7
8	Апельсины	81,5	45,5	86,8	54,1	5,3	6,5	8,7	19,1
9	Миндаль	4,4	23,1	9,1	51,2	4,6	в 2 раза	28,1	в 2,2 раза
10	Томаты свежие	45,4	39,6	50,0	43,7	4,6	10,1	4,1	10,4
	Прочие продукты	564,1	862,4	542,2	752,9	-21,9	-3,9	-109,5	-12,7
	Итого	1 652,8	1 912,4	1 426,1	1 878,2	-226,7	-13,7	-34,2	-1,8

Источник: ITC Trade Map



В 2024 г. в Турцию ввезено около 11,5 млн тонн российских сельскохозяйственных товаров на сумму 3,4 млрд долл. США. Россия традиционно является крупнейшим поставщиком продукции АПК на турецкий рынок, и по итогам года отечественные экспортеры обеспечили 15,7% аграрного импорта республики. Основными товарными позициями в стоимостной структуре турецкого импорта из России в 2024 г. являлись пшеница (33,1%), масло подсолнечное (22,2%), кукуруза (9,2%), жмых и шрот из семян подсолнечника (8,4%), а также отходы переработки пшеницы (7,1%).

Уменьшение объема импорта Турции из России на 34,8% в стоимостном выражении в 2024 г. связано прежде всего с сокращением страной закупок пшеницы (-57,6% относительно 2023 г.). При этом также наблюдалось увеличение турецкого импорта российского масла подсолнечного (+54,1%), жмыха и шрота из семян подсолнечника (+37,2%).

Турецкий импорт, 2023–2024 гг.

№	Наименование	2023		2024		Прирост в 2024 к 2023			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Пшеница	8 986,1	2 660,7	4 746,7	1 128,5	-4 239,4	-47,2	-1 532,2	-57,6
2	Масло подсолнечное	477,6	491,6	796,9	757,8	319,3	66,8	266,2	54,1
3	Кукуруза	1 726,7	470,8	1 464,2	313,4	-262,5	-15,2	-157,4	-33,4
4	Жмых и шрот из семян подсолнечника	660,7	209,1	1 096,5	286,8	435,8	66,0	77,8	37,2
5	Отходы переработки пшеницы	1 084,0	234,9	1 369,3	240,8	285,3	26,3	5,9	2,5
6	Нут сушеный	199,8	147,8	157,2	106,4	-42,7	-21,4	-41,5	-28,0
7	Чечевица сушеная	131,6	100,6	95,3	76,1	-36,4	-27,6	-24,5	-24,3
8	Горох	253,2	88,9	181,0	65,1	-72,2	-28,5	-23,7	-26,7
9	Отходы производства сахара, в т.ч. свекловичный жом, багасса	183,2	39,5	288,3	37,6	105,1	57,4	-1,9	-4,7
10	Табак прочий и его заменители	3,7	37,2	3,4	37,0	-0,3	-9,3	-0,2	-0,4
	Прочие продукты	2 169,6	750,2	1 265,7	363,5	-903,8	-41,7	-386,7	-51,5
	Итого	15 876,3	5 231,2	11 464,5	3 413,1	-4 411,8	-27,8	-1 818,0	-34,8

Источник: ITC Trade Map

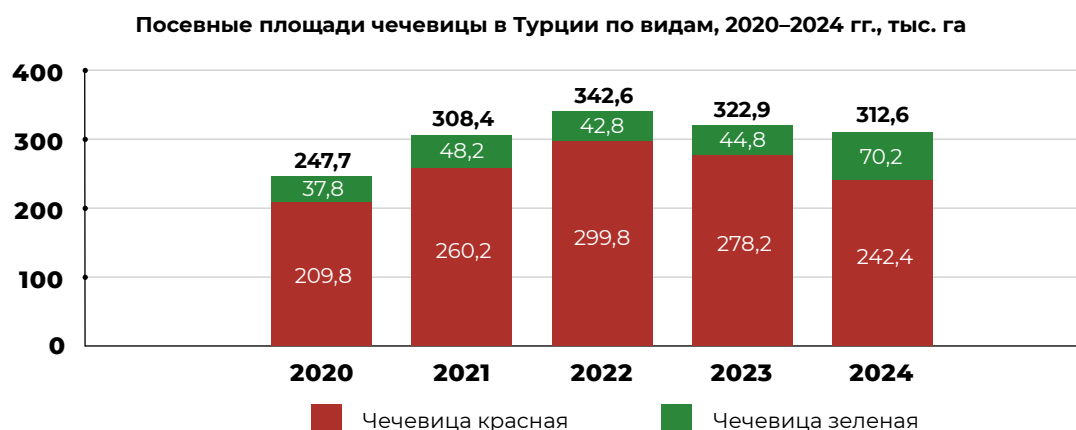


Обзор рынка чечевицы сушеной в Турции

Чечевица — важная для Турции зернобобовая культура, являющаяся одним из ключевых источников углеводов и белка для местного населения. В 2024 г. посевные площади чечевицы в стране составили 312,6 тыс. га, что на 3,2% ниже уровня 2023 г. и при этом на 26,2% больше, чем в 2020 г. В республике в основном выращивается красная чечевица, под которую в 2024 г. отведено 77,5% всех площадей, в то время как доля посевов зеленой чечевицы значительно меньше. Чечевица красная в Турции культивируется преимущественно в регионе Юго-Восточная Анатолия (крупнейшие центры производства — Шанлыурфа, Диярбакыр и Сиирт), зеленая — в Центральной (Йозгат, Кыршехир) и Восточной (Эрзурум) Анатолии, где для ее выращивания имеются более благоприятные природно-климатические условия.

В республике выращивают сорта чечевицы, адаптированные как для зимнего, так и для летнего посева, благодаря чему урожай собирают несколько раз в год. Производством занимаются в основном небольшие фермерские хозяйства, объединенные в региональные кооперативы, осуществляющие совместный сбыт продукции на внутреннем рынке.

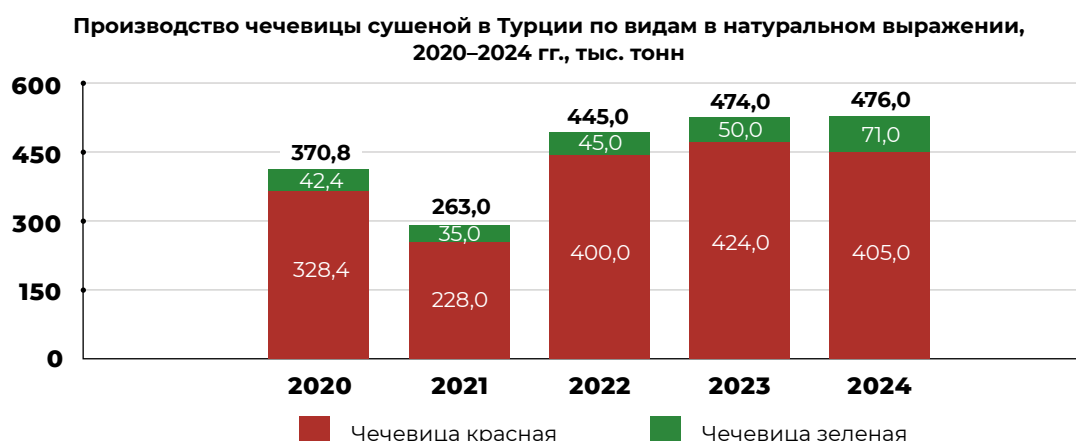




Источник: Turkish Statistical Institute

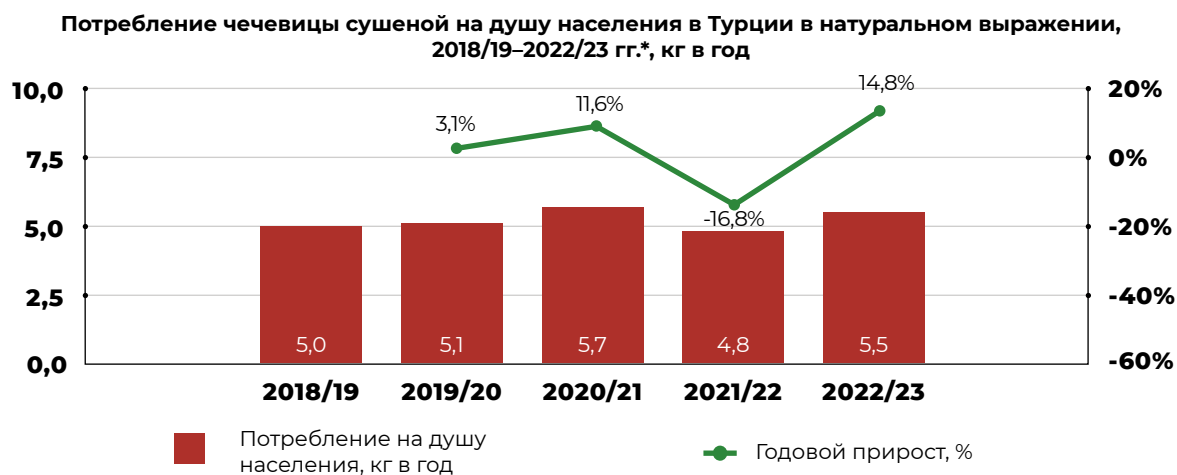
Турция является ведущим производителем чечевицы на Ближнем Востоке и по валовым сборам данной культуры входит в пятерку мировых лидеров. Благодаря стабильным урожаям страна покрывает основную часть внутреннего спроса на чечевицу за счет собственного производства. Большая часть импортируемой Турцией красной чечевицы перерабатывается и отправляется на реэкспорт, тогда как приобретенная за рубежом зеленая чечевица в основном остается на внутреннем рынке и потребляется местным населением.

В 2024 г. производство чечевицы сушеной в Турции достигло рекордных 476,0 тыс. тонн, из которых 405,0 тыс. тонн пришлось на красную чечевицу, и 71,0 тыс. тонн — на зеленую. За 2020–2024 гг. выпуск сушеной чечевицы увеличился на 28,4%, несмотря на спад 2021 г., вызванный снижением урожайности из-за неблагоприятных погодных условий. При этом небольшая часть урожая зернобобовых в стране регулярно утрачивается из-за несоблюдения технологий выращивания, нарушения оптимальных сроков уборки и проблем с хранением продукции перед сушкой — по данным Турецкого института статистики, ежегодные потери чечевицы составляют около 2,6%.



Источник: Turkish Statistical Institute

По данным Турецкого института статистики, в 2022/2023 г. подушевое потребление сушеной чечевицы в стране составило 5,5 кг, из которых 4,7 кг пришлось на красную чечевицу и 0,8 кг — на зеленую. Значение показателя восстанавливается после резкого сокращения в 2021/2022 г., вызванного засухой в основных регионах производства и сопутствующим сокращением урожая данного вида бобовых.



Источник: Turkish Statistical Institute

Примечание. *Сельскохозяйственный год.



Крупнейшие компании на рынке зернобобовых Турции, 2024 г.

Название	Описание
Arbel Group 	Турецкий производитель и экспортер зерновых и зернобобовых культур, входящий в состав канадской корпорации AGT Food and Ingredients. Основное производственное предприятие группы расположено в городе Мерсин на юге республики. Продукция компании поставляется на внутренний рынок, а также экспортируется в более чем 80 стран. Сайт: www.arbel.com.tr
Başhan Agro 	Ведущая турецкая компания в сфере производства и переработки зерновых и зернобобовых культур. В ассортимент Başhan входят чечевица, фасоль, рис, булгур, нут, горох и др. культуры. Основные перерабатывающие мощности компании расположены в городах Мерсин и Генен: заводы способны обрабатывать до 1 млн тонн бобовых и зерновых культур, а также производить 365 тыс. тонн животных кормов ежегодно. Кроме того, Başhan управляет предприятиями по производству, переработке и хранению бобовых в России, а также специализированными заводами по выпуску чечевицы в Киргизии. Сайт: www.bashan.com.tr
Doğuş Agro 	Основанная в 1977 г. крупная турецкая компания-переработчик зерновых и зернобобовых культур. Продуктовая линейка Doğuş включает горох, фасоль, рис и булгур. На расположенном в городе Мерсин заводе компании мощностью 50 тыс. тонн зернобобовых в год перерабатывают и упаковывают как импортное сырье, так и продукцию местного производства, обеспечивая поставки на внутренний и международный рынки. Сайт: www.dogusagro.com.tr
Göze 	Турецкая компания, специализирующаяся на производстве и переработке зерновых и зернобобовых культур, входит в состав холдинга Fettahoğlu Group. Управляет двумя производственными комплексами полного цикла, расположенными в городах Мерсин и Диловасы. Выпускает красную и зеленую чечевицу, булгур, рис, нут, пшеницу и другие продукты. Сайт: www.gozetarim.com.tr
Konuklar Bakliyat 	Работающая в Турции с 1980 г. агропромышленная компания, известная как крупный поставщик зернобобовых культур. Располагает перерабатывающими и складскими комплексами в городах Йозгат и Мерсин. Помимо чечевицы, нута, гороха, фасоли и булгура также реализует попкорн, семена подсолнечника и пшеницу. География поставок Konuklar Bakliyat охватывает страны Европы, Центральной Азии, Северной Африки и арабского региона. Сайт: www.konuklarbakliyat.com

Импорт чечевицы сушеной Турции

В 2024 г. объем импорта чечевицы сушеной Турции составил 646,5 тыс. тонн на сумму 459,8 млн долл. США, что ниже уровня 2023 г. на 24,8% в натуральном выражении (-213,7 тыс. тонн) и на 25,0% в стоимостном (-153,6 млн долл. США). При этом в последние годы страна стабильно занимает второе место в мире по импорту данной продукции и третье — по ее экспорту (значительная часть импортируемой республикой чечевицы реэкспортируется в соседние страны). В целом за 2020–2024 гг. объем закупок Турцией чечевицы увеличился на 2,7% в натуральном выражении и на 47,5% в стоимостном.

Импорт чечевицы сушеной Турции в натуральном и стоимостном выражении, 2020–2024 гг.

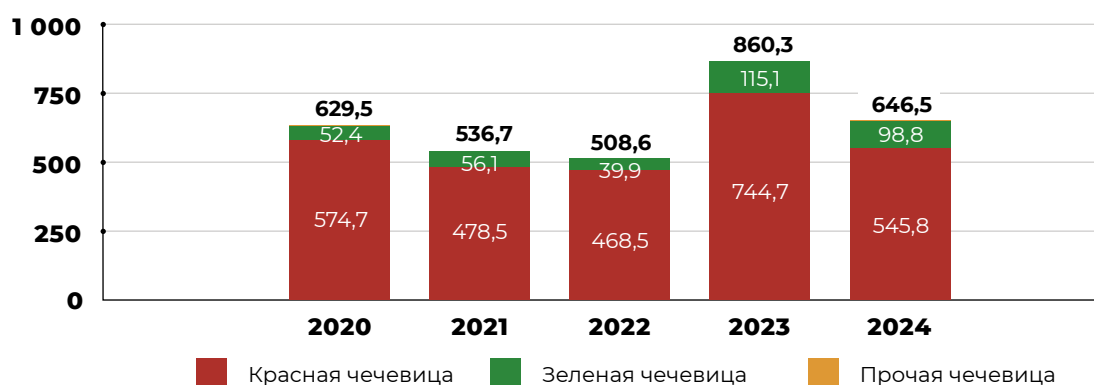


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.

Основу импорта сушеной чечевицы Турции составляет красная чечевица — в 2024 г. на нее пришлось 84,4% закупок в натуральном выражении (545,8 тыс. тонн) и 76,1% в стоимостном (349,8 млн долл. США). Значительные объемы импорта по итогам года также пришлись на зеленую чечевицу (15,3% и 23,5% соответственно). Импорт прочей чечевицы в структуре закупок всей товарной группы составляет незначительную долю (0,3% и 0,4% соответственно).

Импорт чечевицы сушеной Турции по видам в натуральном выражении, 2020–2024 гг., тыс. тонн

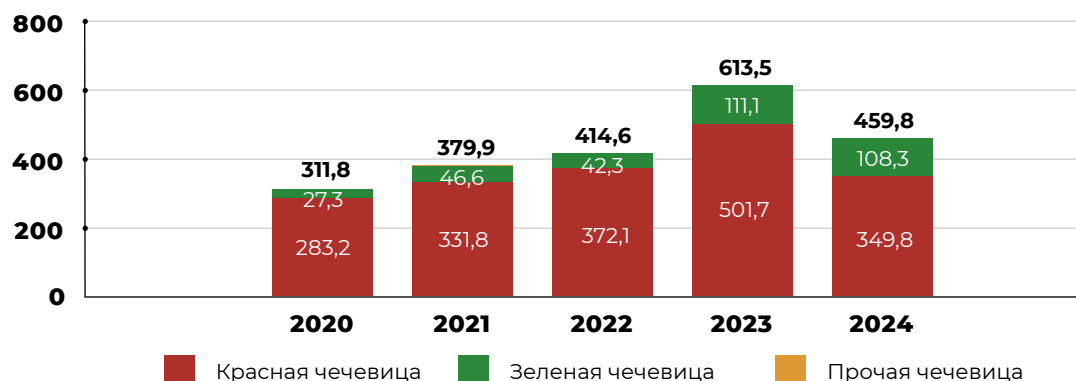


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.



Импорт чечевицы сушеной Турции по видам в стоимостном выражении, 2020–2024 гг., млн долл. США



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.

Основным поставщиком сушеной чечевицы в Турцию является Канада, на которую в 2024 г. пришлось 49,8% турецкого импорта в натуральном выражении (322,3 тыс. тонн). Второе место по объему экспорта данной продукции в страну занимает Казахстан с долей 28,0% в общей структуре по итогам года (180,9 тыс. тонн). Замыкает тройку ведущих поставщиков Россия, на нее в 2024 г. пришлось 14,7% всех поставок (95,3 тыс. тонн).

Наиболее заметно в 2024 г. Турция нарастила закупки чечевицы из Украины — в 11,2 раза относительно уровня 2023 г. (+8,7 тыс. тонн), и Казахстана — на 51,6% (+61,6 тыс. тонн). Одновременно с этим сократился импорт страной данной продукции из Канады (-39,2% или -207,5 тыс. тонн), Австралии (-61,6% или -44,3 тыс. тонн) и России (-27,6% или -36,4 тыс. тонн).



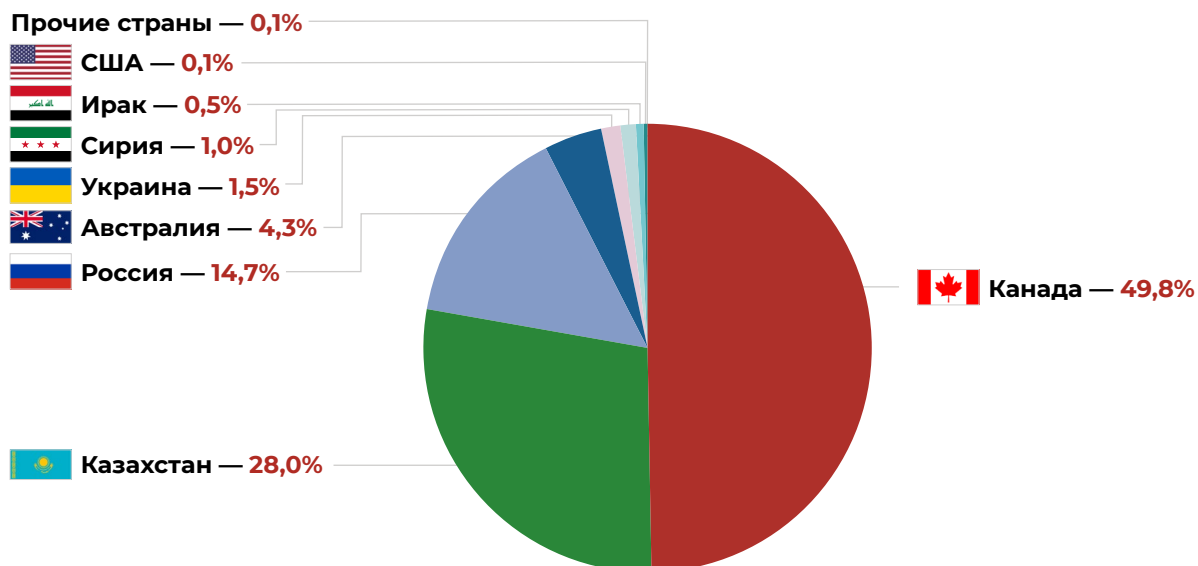
Импорт чечевицы сушеной Турции по странам-экспортерам в натуральном выражении, 2020–2024 гг., тыс. тонн

№	Страна	2020	2021	2022	2023	2024
1	Канада	523,0	402,0	403,1	529,8	322,3
2	Казахстан	53,5	35,4	59,4	119,3	180,9
3	Россия	21,9	49,0	33,2	131,6	95,3
4	Австралия	8,5	30,3	5,7	71,9	27,6
5	Украина	1,0	2,5	0,4	0,9	9,6
6	Сирия	13,5	9,7	4,8	5,9	6,7
7	Ирак	0,8	-	-	-	2,9
8	США	5,6	7,1	1,0	0,1	0,8
	Прочие страны	1,7	0,6	1,0	0,8	0,4
	Итого	629,5	536,7	508,6	860,3	646,5

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.

Доля стран в импорте чечевицы сушеной Турции в натуральном выражении, 2024 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.

Основным экспортером чечевицы сушеной в Турцию в стоимостном выражении является Канада, в 2024 г. поставившая продукции на сумму 249,8 млн долл. США (54,3% турецкого импорта). В число крупнейших экспортеров на рынок страны по итогам года также вошли Казахстан (21,7% или 99,6 млн долл. США) и Россия (16,5% или 76,1 млн долл. США).

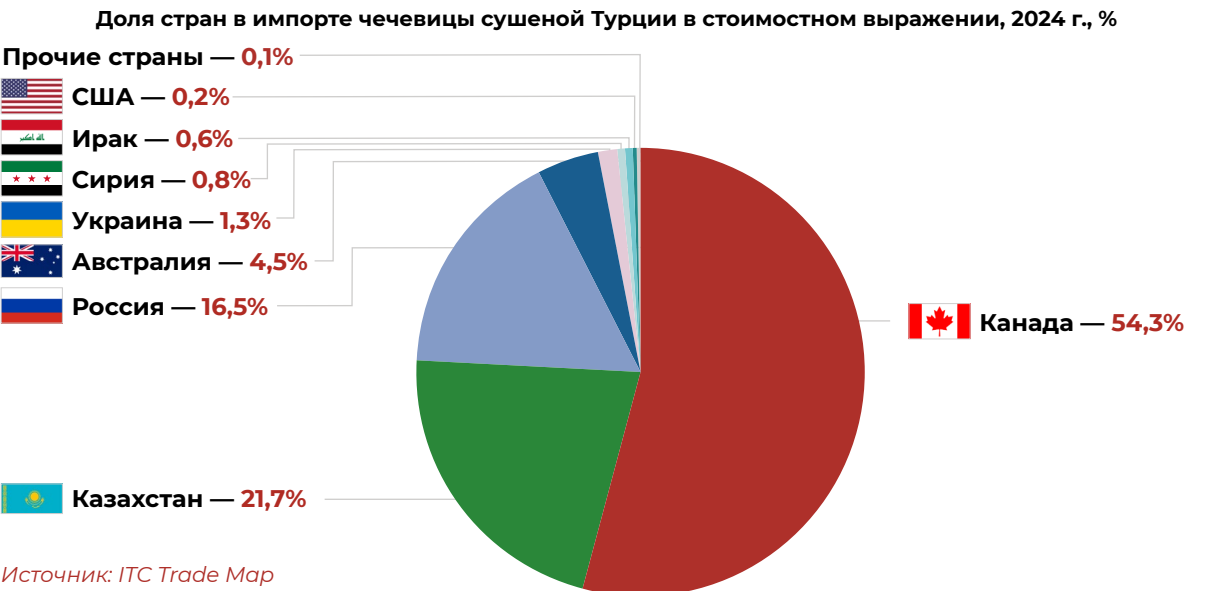


За 2024 г. Турция нарастила закупки чечевицы сушеной из Казахстана (+28,8% или +22,3 млн долл. США) и Украины (в 11,8 раза или +5,6 млн долл. США). Одновременно с этим сократился объем импорта данной продукции из Канады (-34,2% или -130,0 млн долл. США), Австралии (-59,1% или -29,9 млн долл. США) и России (-24,3% или -24,5 млн долл. США).

Импорт чечевицы сушеной Турции по странам-экспортерам в стоимостном выражении, 2020–2024 гг., млн долл. США

№	Страна	2020	2021	2022	2023	2024
1	Канада	262,4	279,9	336,1	379,8	249,8
2	Казахстан	22,2	25,2	42,2	77,4	99,6
3	Россия	10,9	43,8	25,4	100,6	76,1
4	Австралия	3,9	18,1	5,2	50,6	20,7
5	Украина	0,5	2,1	0,1	0,5	6,1
6	Сирия	7,2	5,6	3,3	3,4	3,6
7	Ирак	0,3	-	-	-	2,6
8	США	2,9	4,5	1,0	0,1	0,9
	Прочие страны	1,5	0,7	1,4	1,1	0,5
	Итого	311,8	379,9	414,6	613,5	459,8

Источник: ITC Trade Map
Примечание. Код ТН ВЭД 071340.



В 2024 г. средняя импортная цена сушеной чечевицы в Турции практически не изменилась и составила 711 долл. США за тонну. Наиболее дорогая продукция поставлялась

из США по цене на 53,6% выше средней. Также по относительно высоким ценам на турецкий рынок экспортировал чечевицу Ирак (на 24,8% выше средней цены 2024 г.). Наиболее дешевую продукцию в 2024 г. Турция импортировала из Сирии (на 25,2% ниже средней цены) и Казахстана (на 22,6% ниже).

Средняя импортная цена чечевицы сушеной по странам-экспортерам, 2020–2024 гг., долл. США / тонна

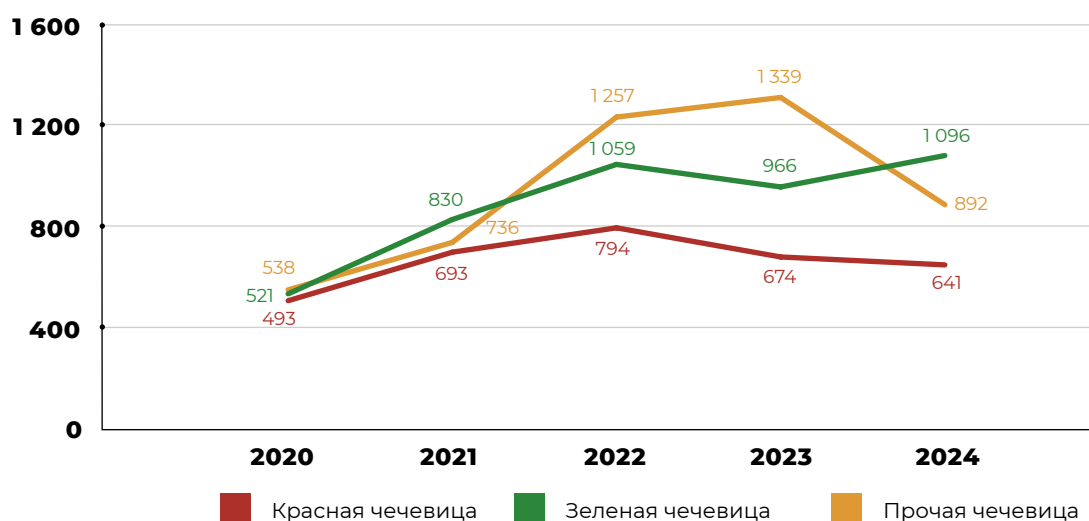
Страна	2020	2021	2022	2023	2024	Отклонение от средней цены, 2024 г., %
Средняя цена	495	708	815	713	711	–
США	520	624	977	1 171	1 092	53,6
Ирак	393	-	-	-	888	24,8
Россия	499	894	765	764	798	12,3
Канада	502	696	834	717	775	9,0
Австралия	462	596	915	704	749	5,3
Украина	509	839	391	611	643	-9,6
Казахстан	414	711	710	648	551	-22,6
Сирия	529	582	677	577	532	-25,2

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.

Наиболее дорогим видом импортируемой в Турцию чечевицы является зеленая чечевица — в 2024 г. тонна данной продукции подорожала на 13,5% до 1 096 долл. США. Самые низкие цены традиционно отмечались на красную чечевицу — 641 долл. США за тонну. Относительно 2023 г. наиболее заметно (на 33,3%) снизилась средняя импортная цена прочей чечевицы, достигшая уровня 892 долл. США за тонну.

Средние импортные цены чечевицы сушеной Турции по видам, 2020–2024 гг., долл. США/тонна



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Код ТН ВЭД 071340.



Потенциал российского экспорта чечевицы сушеной в Турцию

Потенциал российских экспортных поставок чечевицы сушеной в Турцию к 2030 г. оценивается на уровне **150 млн долл. США**. Основными конкурентами российской продукции на турецком рынке являются Канада, Казахстан и Австралия.



Тарифная защита рынка

В настоящее время ставка ввозной таможенной пошлины на импортируемую в Турцию российскую сушеную чечевицу (несеменную) в рамках режима наибольшего благоприятствования составляет 19,30%. Аналогичная ставка действует на продукцию из всех основных стран-поставщиков чечевицы на турецкий рынок.

Ставки ввозных таможенных пошлин для России и основных стран-экспортеров чечевицы сушеной (несеменной) в Турцию, 2024 г.

Страна	Ставка таможенной пошлины, %
Россия	19,30
Австралия	19,30
Германия	19,30
Казахстан	19,30
Канада	19,30
Киргизия	19,30
Сирия	19,30
США	19,30
Украина	19,30
Франция	19,30

Источник: ITC Market Access Map
Примечание. Код ТН ВЭД 071340.



Потребительские предпочтения

Тенденции на продовольственном рынке Турции

- определяющее влияние на потребительские предпочтения жителей Турции оказывает текущая экономическая ситуация в стране. На фоне роста инфляции спрос на более дешевые продукты питания, особенно со стороны домохозяйств с низким и средним уровнем доходов, увеличивается опережающими темпами. В то же время потребление качественных и дорогих товаров (включая импортные) растет медленно. В связи с этим производители все чаще выводят на рынок продукты меньшего объема в компактной упаковке по более низкой цене. Турецкие потребители, в свою очередь, положительно воспринимают промоакции и специальные предложения торговых сетей, позволяющие экономить на покупке товаров повседневного спроса;
- для потребления продуктов питания в Турции характерна сезонность, обусловленная религиозными традициями и национальными праздниками. Большая часть населения республики исповедует ислам, поэтому объемы продаж некоторой продукции (например, мяса, фруктов, соков и сладостей) существенно возрастают во время мусульманских праздников, особенно по окончании священного месяца Рамадан. Кроме того, для верующих мусульман в Турции важным критерием при выборе товара является наличие на нем знака «Халяль». Сертификация «Халяль» в стране носит добровольный характер, однако ее отсутствие, как правило, негативно влияет на конкурентоспособность продукта;
- на сезонность спроса на различные товары в Турции сильно влияет развитый туристический сектор, который является одной из важнейших отраслей национальной экономики. Миллионы ежегодно посещающих страну туристов формируют платежеспособный спрос на самый широкий спектр продукции, особенно в сегменте HoReCa. Как следствие, наибольший объем потребления продуктов питания в республике традиционно приходится на туристический сезон — с апреля по ноябрь. Пик спроса наблюдается в июле–августе, когда во многих странах наступает период школьных и студенческих каникул, что значительно увеличивает поток туристов;
- основными каналами реализации товаров повседневного спроса в Турции сегодня являются магазины-дискаунтеры и супермаркеты, на которые стабильно приходится более половины объема продаж продуктов питания в стране. Также в республике активно развивается сегмент электронной коммерции, представленный как онлайн-магазинами, так и сервисами доставки блюд из ресторанов. При этом традиционная розничная торговля остается важным каналом продаж продуктов питания в небольших городах и сельской местности;
- наиболее популярными видами мяса в республике считаются курица и баранина, являющиеся основой многих блюд национальной кухни, включая всемирно известный турецкий кебаб. В качестве дополнения (гарнира) к мясу в Турции распространены различные бобовые (нут, чечевица), крупы (булгур) и мучные изделия (лепешка, лаваш, хлеб). Кроме того, важную роль в турецкой кухне играют супы и салаты из овощей и бобовых, а также традиционные ближневосточные сладости (пахлава, лукум, гюллач);



- самым потребляемым напитком в Турции является черный чай. Местные жители предпочитают крепко заваренный напиток, который они пьют из традиционных чашек объемом 100 мл. Черный чай является важной частью турецкой культуры, его подают во время семейных встреч, деловых переговоров и различных мероприятий. Также традиционным для Турции подарком являются чайные наборы в сувенирной упаковке. Помимо чая, популярными напитками в стране считаются кофе, айран, салеп и буза;
- рост располагаемых доходов и повышение образованности населения Турции на фоне постепенной урбанизации способствуют распространению знаний о пользе здорового питания, что стимулирует спрос на функциональную, органическую и обогащенную витаминами продукцию, особенно среди молодого и трудоспособного городского населения;
- в последние годы турки все чаще отдают предпочтение готовым продуктам питания. В точках розничной торговли возможно найти большой ассортимент упакованных фруктов и овощей, полуфабрикатов, а также готовых порционных мясных изделий и морепродуктов.



Тенденции на рынке зернобобовых

- бобовые культуры, особенно фасоль, нут, садовый боб, красная и зеленая чечевица, традиционно являются важнейшим элементом турецкой кухни: из них готовят супы, салаты и закуски, а также используют в качестве гарнира к мясу. В частности, в стране популярны такие блюда, как мерджимек кефтеси (чечевичные тефтели), эзогелин чорбасы (чечевичный суп), хумус и фалафель;
- в последние годы (в т.ч. вследствие пандемии COVID-19) в Турции растет интерес к более полезным для здоровья продуктам. Поскольку бобовые богаты клетчаткой, растительным белком и другими микроэлементами, а также не содержат холестерина, такая продукция востребована как оказывающая положительное влияние на сердечно-сосудистую систему. Дополнительно увеличению спроса на бобовые как источник растительного белка в стране способствует рост популярности вегетарианства, веганства и флекситарианства;
- ввиду ускорения темпа жизни в городах турецкие потребители все чаще приобретают готовую к употреблению продукцию, в т.ч. консервированную фасоль, предварительно отваренную чечевицу и упакованные смеси для быстрого приготовления. Например, такие компании, как Knorr, Yayla и Kent Boringer, активно реализуют на турецком рынке чечевичный суп быстрого приготовления. Кроме того, особой популярностью в стране пользуются чипсы и прочие снеки из чечевицы, нута и фасоли;
- несмотря на быстрое увеличение численности городского населения, почти четверть граждан Турции по-прежнему проживает в сельской местности и отдает предпочтение недорогим и простым продуктам местного производства, в т.ч. таким бобовым, как чечевица и нут. Одновременно часть потребителей, как в деревнях, так и в городах готова платить больше за фермерские бобовые с маркировкой *doğal* (натуральный) или *köy ürünü* (деревенский продукт), что связано с трендом на экологичность и опасениями по поводу использования пестицидов крупными компаниями;
- для турецкого рынка характерны сезонные колебания в потреблении определенных видов зернобобовых — пик спроса на красную чечевицу и белую фасоль традиционно приходится на зимние месяцы, когда турки наиболее активно готовят горячие супы и тушеные блюда. Летом же продажи смещаются в сторону нута и зеленой чечевицы, которые чаще используются для производства хумуса и добавляются в салаты;
- на фоне высокой инфляции часть менее обеспеченных турецких потребителей заменяет бобовые в своем рационе на более доступные крупы, включая булгур и рис, особенно во время праздников, когда цены на нут и чечевицу увеличиваются наиболее заметно. С ценовым фактором также связана практика турецких домохозяйств с низким уровнем доходов приобретать бобовые про запас в период скидок в крупных супермаркетах.

Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Bata Food	Основанный в 2009 г. филиал международной импортно-экспортной компании с головным офисом в Стамбуле. Специализируется на поставках сушеных овощей и фруктов, зернобобовых, орехов, масложировой продукции, трав, специй, пюре и концентратов. Сайт: www.batafood.com
Bidfood Türkiye	Один из ведущих оптовых поставщиков в Турции, предлагающий продукцию международных и местных брендов для предприятий общественного питания и гостиничной индустрии. Среди основных партнеров Bidfood — транснациональные Cargill, Danone, Kraft Heinz и Unilever. Сайт: www.bidfood.com.tr
Dolfin Gıda	Турецкая компания, основанная в 1959 г. и специализирующаяся на импорте, экспорте, дистрибуции и оптовой торговле продуктами питания и напитками. Является крупным поставщиком продукции в розничные и гостиничные сети. Сайт: www.dolfin.com.tr
Foody Im-Ex	Региональный импортер и дистрибьютор широкого ассортимента товаров повседневного спроса, включая кондитерские и макаронные изделия, консервы, мясо и морепродукты, зернобобовые, напитки, соусы, косметику, детские игрушки и предметы быта. Компания осуществляет поставки продукции по всей стране и сотрудничает с такими международными игроками, как Nestlé, PepsiCo, Mars и Barilla. Сайт: www.foodyimex.com
Palm City Trade	Работающая с 2012 г. турецко-египетская компания, специализирующаяся на импорте и дистрибуции широкого перечня продуктов, включая зернобобовые (нут, фасоль, чечевица и др.), орехи, растительные масла и джемы. Также предоставляет транспортно-логистические услуги. Сайт: www.palmcitytrade.com
RAMMİ Food	Крупный импортер и дистрибьютор со штаб-квартирой в Стамбуле, реализующий на турецком рынке преимущественно молочные и мясные продукты под брендами Sığirci, Polonez, а также консервы, соусы и джемы под торговыми марками DONE, Tukaş, Mudurnu и Fide. Сайт: www.rammifood.com



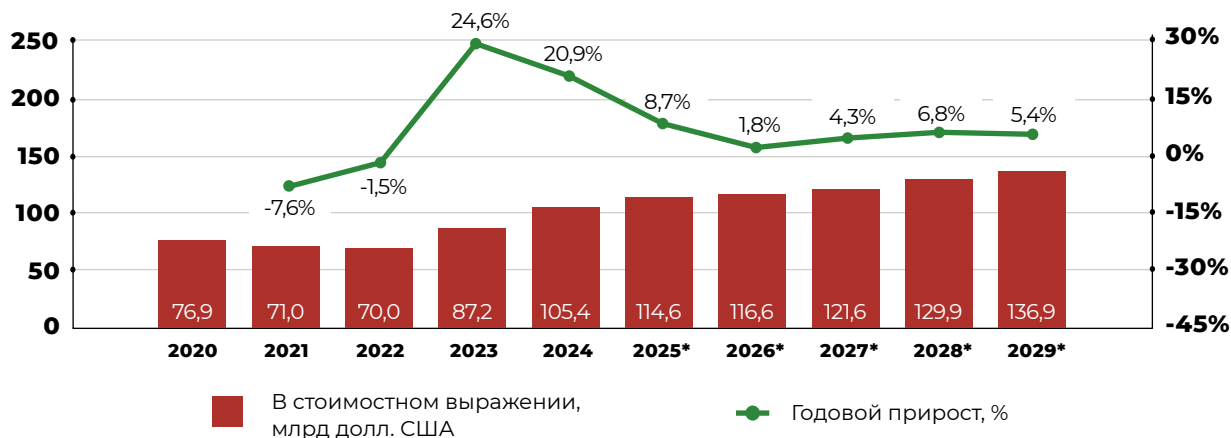
Розничная торговля

Розничная торговля — один из наиболее динамично развивающихся секторов экономики Турции. В стране представлены разнообразные форматы торговых точек — от традиционных базаров и небольших семейных магазинов до крупных сетевых супермаркетов и гипермаркетов. Во многих городах и районах также работают специализированные магазины, предлагающие свежие продукты (овощи, фрукты, молочную продукцию, мясо), орехи, сухофрукты, хлеб и хлебобулочные изделия.

Открытые рынки и небольшие лавки по-прежнему играют в Турции важную роль благодаря востребованности среди населения, особенно в сельской местности и малых городах. Однако основную долю рынка сегодня занимают современные форматы торговли, такие как супермаркеты и дискаунтеры. Последние пользуются наибольшей популярностью благодаря удобному расположению, регулярным акциям и скидкам, а также широкому ассортименту товаров первой необходимости по доступным ценам. Поскольку турецкие потребители отличаются высокой ценовой чувствительностью, они также активно посещают супермаркеты, выделяющиеся на общем фоне привлекательными программами лояльности и наличием дисконтных карт.

Рынок розничной торговли в Турции в основном представлен местными игроками, хотя на нем также присутствуют несколько международных компаний. Крупнейшими розничными сетями по объему продаж являются BIM Birlesik Magazacilik (магазины BIM, File), Turgut Aydin Holding (A101), Migros Tic (M Migros, MM Migros), Yildiz Holding (Sok) и Carrefour.

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



Источник: EMIS, Euromonitor International

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

Крупные магазины розничной торговли

A101 — основанная в 2008 г. сеть дискаунтеров, сегодня присутствующая в 81 регионе Турции. В более чем 13 тыс. магазинах компании реализуется 1,2 тыс. наименований товаров повседневного спроса, при этом продукция под собственной торговой маркой занимает до половины всего ассортимента.

Сайт: www.a101.com.tr

BİM — основанная в 1995 г. сеть дискаунтеров. Насчитывает более 12 тыс. магазинов, расположенных практически во всех крупных городах Турции, а также в Египте и Марокко. В ассортименте представлены преимущественно продукты питания местного производства.

Сайт: www.bim.com.tr

Carrefour — совместное предприятие французской компании Carrefour и турецкой Sabancı Holding, учрежденное в 1991 г. Сеть представлена в 58 городах Турции и насчитывает более чем 1 тыс. торговых точек, среди которых выделяются премиум-магазины для гурманов.

Сайт: www.carrefoursa.com

Migros — мультиформатная сеть супермаркетов, созданная властями Стамбула в 1954 г. совместно со швейцарскими партнерами. Сегодня компания управляет более чем 3,5 тыс. магазинов по всей стране. В сеть входят малые супермаркеты M Migros, более крупные супермаркеты MM Migros, гипермаркеты MMM Migros и 5M Migros, а также круглосуточные магазины M-Jet, созданные для конкуренции с дискаунтерами. Отдельное направление сети — фирменные магазины MacroCenter, ориентированные на гурманов и предлагающие товары премиум-сегмента.

Сайт: www.migroskurumsal.com

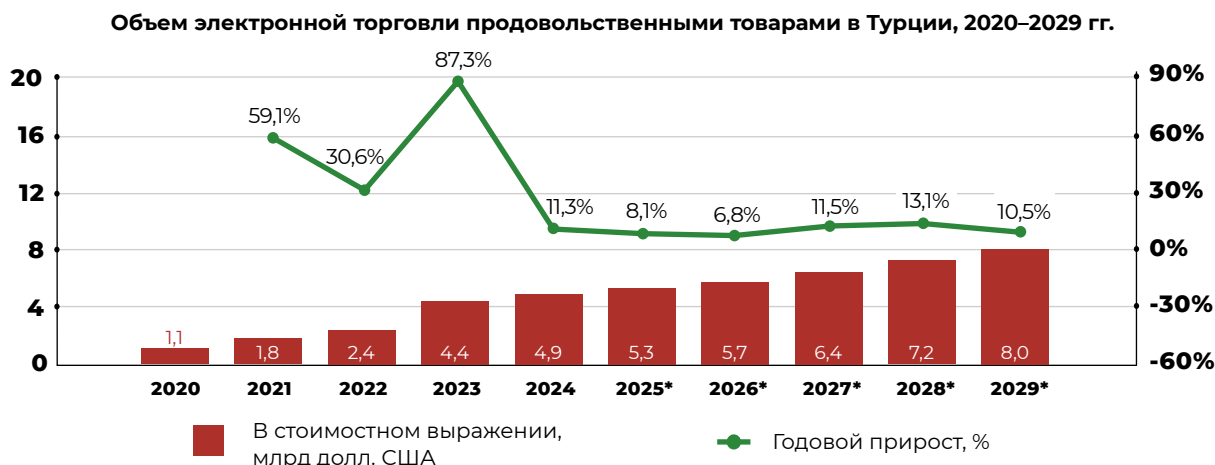
Şok — сеть дискаунтеров, принадлежащая группе компаний Yıldız Holding, крупнейшему в Турции производителю упакованных пищевых продуктов и кондитерских изделий под торговой маркой Ülker. Основу ассортимента магазинов Şok, как правило, составляют собственные бренды Yıldız Holding, известные по всей стране.

Сайт: www.kurumsal.sokmarket.com.tr

Электронная торговля

Электронная торговля продуктами питания в Турции в последние годы развивается опережающими темпами, что обусловлено практически повсеместным распространением интернета, изменением потребительских предпочтений и последствиями пандемии COVID-19. Наблюдается значительный приток инвестиций в сектор электронной коммерции в категории продуктов питания. Местные компании развивают логистическую инфраструктуру, создают распределительные центры и улучшают технологии хранения, чтобы обеспечить быструю и качественную доставку. Кроме того, турецкий рынок вызывает интерес у крупных международных игроков, например, в 2018 г. в стране начал работу китайский интернет-гигант Alibaba.

На рынке электронной торговли продуктами питания представлены как традиционные ретейлеры, так и специализированные онлайн-платформы. Крупнейшими игроками в этом сегменте являются сети супермаркетов Migros, A101 и Carrefour, наращивающие объемы продаж за счет развития собственных цифровых платформ. Значительную долю рынка также занимают сервисы доставки, такие как Yemeksepeti и İste Gelsin, которые предлагают потребителям широкий ассортимент продуктов питания от свежих овощей, фруктов и молочной продукции до готовых блюд и напитков.



Источник: EMIS, Euromonitor International

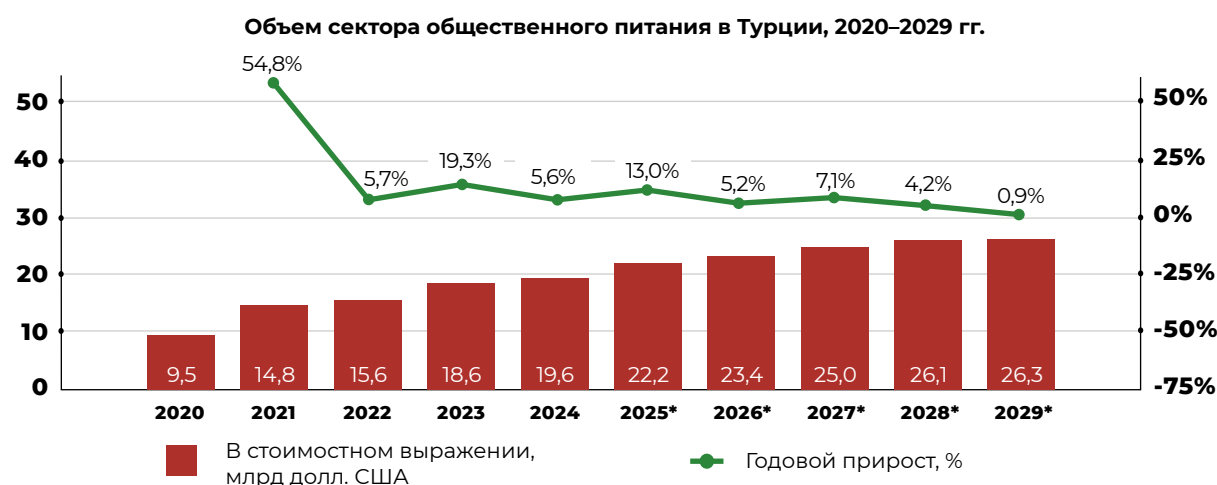
Примечание. *Прогноз.



Гостинично-ресторанный сектор

Сфера общественного питания и гостиничная индустрия в Турции продолжают активно развиваться прежде всего за счет туристического сектора, являющегося одной из основ национальной экономики. В стране ежегодно открываются новые предприятия сегмента HoReCa, включая филиалы международных сетей отелей, высокие стандарты которых стимулируют общее улучшение сервиса. Отрасль полностью восстановилась после спада в период пандемии COVID-19, побудившей турецкие рестораны активнее развивать доставку еды на дом для компенсации снизившихся продаж (сегодня данную услугу предлагает практически каждое местное заведение общественного питания).

В Турции представлены различные типы заведений общественного питания: традиционные турецкие рестораны, чайные дома, уличные кафе, точки быстрого питания, сетевые рестораны и элитные заведения. Такое разнообразие связано в первую очередь с широким спектром вкусовых предпочтений турецких потребителей и многочисленных туристов. В настоящее время на фоне глобализации в стране растет популярность заведений, предлагающих блюда итальянской, азиатской, американской и других зарубежных кухонь. Одновременно наблюдается увеличение количества ресторанов быстрого питания, в т.ч. транснациональных сетей McDonald's, Burger King и KFC, которые адаптировали свое меню под местные вкусы. Среди активно развивающихся (как на внутреннем рынке, так и за рубежом) турецких сетей общественного питания выделяются Simit Sarayı и Tavuk Döneri.



Источник: EMIS, Euromonitor International

Примечание. *Прогноз.