

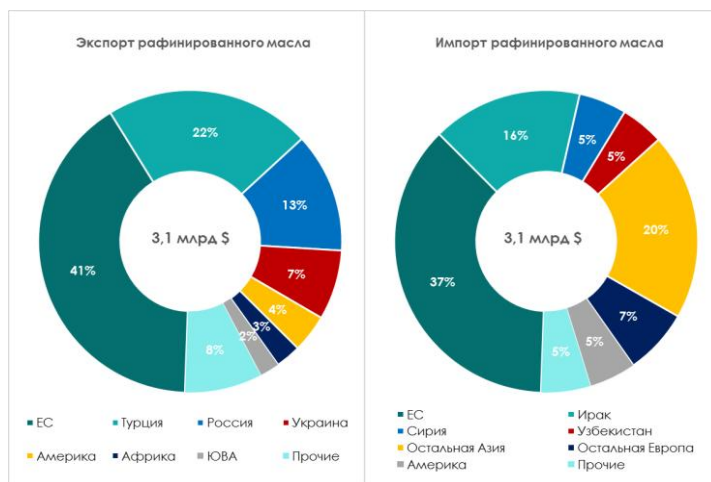
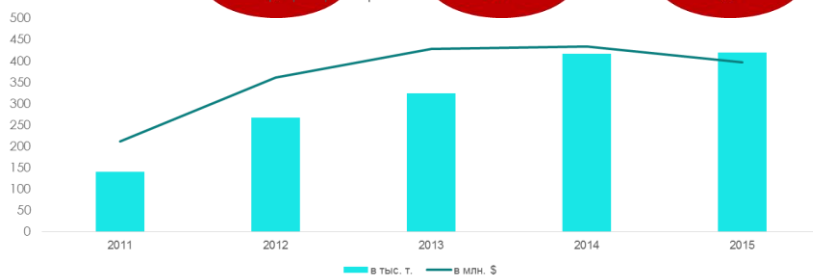
Экспорт рафинированного подсолнечного масла: \$800 млн. к 2020 году

Россия является одним из мировых лидеров на рынке подсолнечного масла (экспорт около 2 млн. т в сезон 2014/2015). При этом наша страна имеет хорошие возможности для наращивания экспорта на мировой рынок объемом в \$9 млрд.

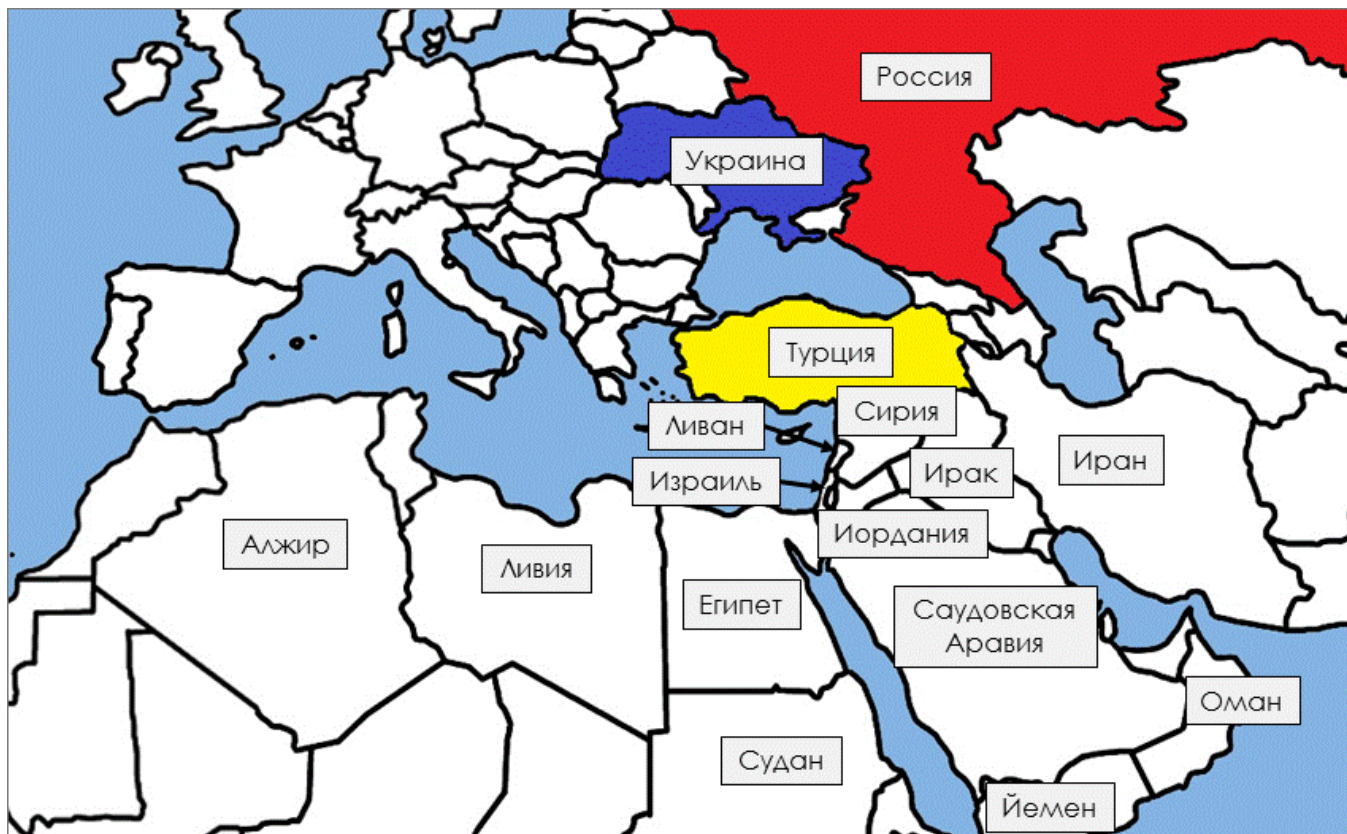
На сегодняшний день Россия обеспечивает свои лидирующие позиции преимущественно сырьевой составляющей – 86% экспорта составляет нерафинированное масло, поставляемое наливом. В то время как конечным продуктом на этом рынке является рафинированное масло. Переработанного подсолнечного масла Россия поставляет на экспорт только 280 тыс. т (14% от общего объема) на \$400 млн. При этом стоимость рафинированного продукта на 30-40% выше, чем сырья.

Стоит отметить, что мировой рынок бутилированного масла емкостью \$3,1 млрд. (рынок масла-сырца – около 5,9 млрд.) достаточно нишевой. Россия на нем из года в год показывает стабильно растущую динамику, занимая доминирующие позиции по объему поставок в страны СНГ.

Общая картина рынка рафинированного масла выглядит следующим образом: мировым лидером является Турция, которая аккумулирует у себя львиную долю добавленной стоимости продукта, зарабатывая почти \$700 млн. Турция - крупнейший в мире импортером масла-сырца (и № 4 в импорте семечек), при этом более 70% сырья она получает из России (еще 20% из Украины), обеспечивая нам 35% экспорта.



Основными потребителями рафинированного подсолнечного масла являются ЕС, страны MENA. И, если импорт европейских стран практически замкнут в пределах самого ЕС, то поставки на Ближний Восток и в Северную Африку для России представляются наиболее перспективным направлением.



Потенциал России

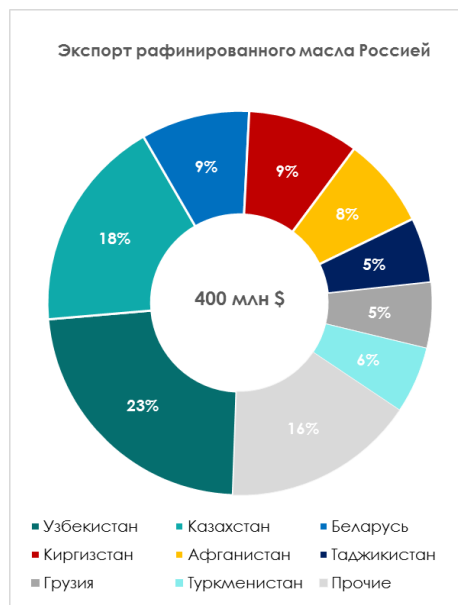
Цель России на мировом рынке – занять лидирующие позиции с объемом продаж рафинированного подсолнечного масла в \$ 600-800 млн. в течение ближайших 4-5 лет.

Ключевым драйвером развития нашего экспорта должны стать страны MENA. В настоящее время Россия доминирует на рынке СНГ (за исключением Белоруссии и Грузии).

Интерес для развития экспорта, как и в других категориях товаров, представляют рынки ЮВА и ЕС, однако в части поставок рафинированного масла есть определенные трудности.

В ЮВА активным импортером является только Малайзия, работающая с Украиной. Индия и Китай – крупнейшие импортеры масла-сырца, закупающие его почти на \$2 млрд, практически не импортируют рафинированное масло, поскольку имеют собственные перерабатывающие мощности.

Страны ЕС также почти не импортируют рафинированное масло, развивая собственные мощности и используя поставки из стран-соседей по союзу. Поэтому в основном это рынок масла-сырца, на котором активно работают Украина и Аргентина.



Учитывая высокую значимость развития экспорта высокомаржинальной сельхозпродукции, для наращивания поставок рафинированного подсолнечного масла необходимо:

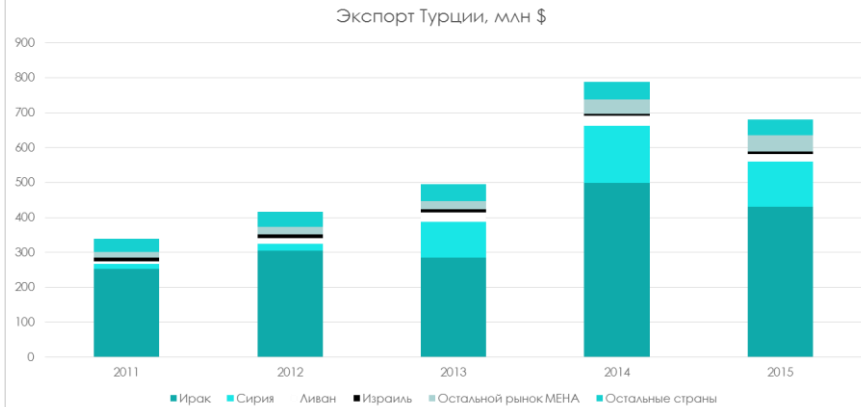
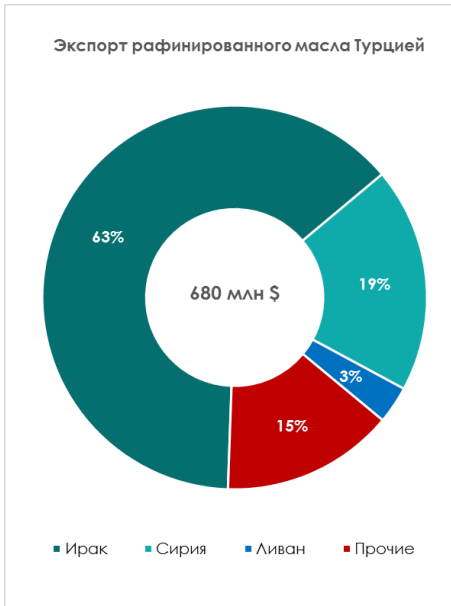
- обеспечить со стороны государства широкий доступ на внешние рынки посредством системы таможенно-тарифных, фитосанитарных и иных международных договоренностей;
- предусмотреть введение системы внутренних налоговых, финансовых и логистических преференции компаниям-поставщикам.

Турция

Турецкий экспорт бутылированного подсолнечного масла сосредоточен на 3-х странах – Ирак, Сирия, Ливан - ближайших соседях, которые при этом являются крупнейшими в мире импортерами. Экспорт по другим направлениям не превышает

15%.

Турция активно защищает свои позиции. В сентябре текущего года страна приняла решение о повышении пошлин на импорт подсолнечного масла: на сырое подсолнечное масло - с 12 до 36% от таможенной стоимости, на переработанное – с 50 до 67,5%.



Украина

Украина сейчас №3 на рынке рафинированного масла с объемом продаж в \$ 230 млн., при этом ее рынки сбыта значительно более диверсифицированы, чем у России.

Общими для нас являются только рынки Белоруссии и Грузии, которые мы делим примерно пополам.

Примечателен тот факт, что Украина достаточно активно работает на рынке МЕНА (50% экспорта), успешно конкурируя с Турцией даже на рынке Ливана.

Анализ подготовлен Международным независимым институтом аграрной политики на основании, в том числе данных Международного торгового центра (International Trade Centre).

