Аналитический отчет
DISCOVERY RESEARCH GROUP
Российский рынок растительного масла, пригодного для употребления в пищу

Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: **http://www.drgroup.ru/clients.html**

Наши клиенты, в том числе – крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования **http://www.drgroup.ru/reviews.html**

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения*.

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируем рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
12. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
13. МатериалыВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
15. Материалы InternationalTradeCentre.
16. Материалы IndexMundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение* и *алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними*.

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете, являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, Рбк-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Содержание 3
Список таблиц и диаграмм 4
Таблицы: 4
Диаграммы: 5
Резюме 6
Глава 1. Технологические характеристики исследования 7
Цель исследования 7
Задачи исследования 7
Объект исследования 7
Метод сбора и анализа данных 7
Источники получения информации 8
Объем и структура выборки 8
Глава 2. Классификация и основные характеристики растительных масел 9
Глава 3. Объем и темпы роста производства рынка растительных масел в России 10
Глава 4. Импорт в Россию и экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, из России 12
Импорт в натуральном и стоимостном выражении 12
Импорт по компаниям производителям 13
Импорт по странам происхождения 15
Экспорт в натуральном и стоимостном выражении 17
Экспорт по фирмам производителям 18
Экспорт по странам получателям 20
Глава 5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка растительного масла в России, пригодного для конечного использования в кулинарии. 22
АСТОН ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***
ЮГ РУСИ ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***
ЭФКО ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***
CARGILL ..... ***Ошибка! Закладка не определена.***

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 14таблиц и 7 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Объем производства растительных масел в России в натуральном выражении в разрезе по федеральным округам, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 10
Таблица 2. Объем производства растительных масел в России в натуральном выражении в разрезе по субъектам федерации, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 11
Таблица 3. Объем импорта растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 12
Таблица 4. Объем импорта растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл. 12
Таблица 5. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по фирмам производителям в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 13
Таблица 6. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по фирмам производителям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. долл. 14
Таблица 7. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 15
Таблица 8. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл. 15
Диаграмма 5. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., млн. долл., % 16
Таблица 9. Объем и темп роста экспорта растительного масла, пригодного для использования в кулинарии, из России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн., % 17
Таблица 10. Объем и темп роста экспорта растительного масла, пригодного для использования в кулинарии, из России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн долл., % 17
Таблица 11. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию в натуральном выражении по компаниям производителям, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 18
Таблица 12. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по компаниям производителям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл. 19
Таблица 13. Экспорт растительного масла, пригодного для употребления в пищу, из России по странам получателям в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 20
Таблица 14. Экспорт растительного масла, пригодного для употребления в пищу, из России по странам получателям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл. 20

Диаграммы:

Диаграмма 1. Динамика объема производства растительного масла в России с 2011 по I пол. 2015 гг., тыс. тонн.....10
Диаграмма 2. Объем производства растительного масла в разрезе по федеральным округам в натуральном выражении, годовая динамика, I пол. 2015 гг., тыс. тонн.....10
Диаграмма 3. Объем производства растительного масла в разрезе по федеральным округам в натуральном выражении, квартальная динамика, I пол. 2015 гг., тыс. тонн. 10
Диаграмма 4. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по фирмам производителям в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., тыс. долл., %.....14
Диаграмма 6. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по компаниям производителям в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., млн. долл., %.....19
Диаграмма 7. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам получателям в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., млн. долл., %.....21

Резюме

В сентябре2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка растительных масел.

В России рынок масложировой продукции является одним из самых емких, насыщенных и высококонкурентных. Предприятия масложировой отрасли занимают одно из ведущих мест в агропромышленном комплексе страны. К основным возделываемым в России масличным культурам относятся подсолнечник, соя и рапс – на их долю приходится около 95% валового сбора маслосемян, а на подсолнечник приходится более 70%.

Растительное масло относится к продуктам первой необходимости, так как традиционно применяется домашними хозяйствами для приготовления блюд. К тому же растительные масла широко применяются в таких отраслях, как кондитерская, молочная, хлебопекарная, в направлениях, связанных с производством продукции быстрого приготовления, а также майонеза и маргарина, т.е. является сырьем для производства конечных продуктов питания. Помимо этого, стоит отметить, что за последние годы расширилась сфера технического применения растительного масла. Например, растительные масла применяются для изготовления косметической и парфюмерной продукции, для изготовления мыла, в качестве смазки для станков или тяжелого оборудования, для изготовления биодизельного топлива и др. В связи с этим, рынок растительного масла в данном и двух других сопутствующих отчетах был разделен на три сферы его применения: для розничной продажи (потребления в пищу), для переработки в пищевой промышленности и технического применения. Текущий отчет посвящен анализу рынка растительного масла, пригодного для употребления в пищу.

Анализ рынка производится за период с 2011 г. по перв.пол.2015 гг. в разрезе по странам импортерам и экспортерам, а также основным производителям.

Совокупный объемпроизводства растительных масел в России в 2014 году составил в натуральном выражении 7136 тыс. тонн, что на 19,3% выше показателя 2013 года.

Фирма производитель «Содружество соя»импортировала в Россию в I пол. 2015 года 544 тыс. тонн растительного масла, пригодного для употребления в пищу.

Основными игроками на рынке растительного масла, применяемого в кулинарии, в России являются ГК «АСТОН», ГК «ЮГ РУСИ», ГК «ЭФКО» и Cargill.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития российского рынка растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в 2011–Iпол. 2015 гг.
2. Определить объем импорта в Россию и экспорта из России в стоимостном и натуральном выражении растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в 2011 – Iпол. 2015 гг.
3. Определить объем производства растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в 2011 – Iпол. 2015 гг.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в России.
5. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынкарастительного масла, производимого для конечного потребления в пищу.

Объект исследования

Рынок растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в период с 2011 по I пол. 2015 гг.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в 2011 – I пол. 2015 гг. и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. МатериалыибазыданныхстатистикиООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization идр.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (InternationalMonetaryFund).
11. Материалы Всемирного банка (WorldBank).
12. МатериалыВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (OrganizationforEconomicCooperationandDevelopment).
14. Материалы InternationalTradeCentre.
15. Материалы IndexMundi.
16. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристикирастительных масел

Сегментирование рынка растительного масла, как и большинства других рынков, можно проводить по различным критериям. В связи с этим подходы к сегментированию рынка в разных источниках колоссально отличаются.

Так, например, согласно товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности, растительное мало принято разделять по …

Далее в текущем отчете используется классификация изучаемого товара по способу применения продукта, а именно рассматриваться растительное масло, используемое в кулинарии и пригодное только для употребления в пищу.

Глава 3. Объем и темпы роста производства рынка растительных маселв России

…Совокупный объем растительных масел в России в 2014 году составил в натуральном выражении … тыс. тонн, что …% выше показателя 2013 года.

Диаграмма 1. Динамика объема производства растительного масла в России с 2011 по Iпол. 2015 гг., тыс. тонн.

…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Южный федеральный округ является лидером по производству растительного масла в России, его доля в общем производстве растительного масла в I пол. 2015 года составила …%.

Таблица 1. Объем производства растительных масел в России в натуральном выражении в разрезе по федеральным округам, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн.

Федеральный округ	Год				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО РОССИЯ	…	…	…	…	…
Темп роста	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Диаграмма 2. Объем производства растительного масла в разрезе по федеральным округам в натуральном выражении, годовая динамика, I пол. 2015 гг., тыс. тонн.

…

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Диаграмма3. Объем производства растительного масла в разрезе по федеральным округам в натуральном выражении, квартальная динамика, I пол. 2015 гг., тонн.

…

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Таблица2. Объем производства растительных масел в России в натуральном выражении в разрезе по субъектам федерации, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн.

Субъект РФ	Год				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО Россия	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Глава4. Импорт в Россию и экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу,из России

Импорт в натуральном и стоимостном выражении

Объем импорта растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в 2014 году составил в натуральном выражении …тонн. В то время как в I пол. 2015 года объем импорта составил …тонн.

Таблица 2. Объем импорта растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тонн.

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
Для розничной продажи	…	…	…	…	…
% к предыдущему периоду	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Объем импорта растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в 2014 году в стоимостном выражении составил…млн. долл. В то время как вI пол. 2015 года объем импорта составил …млн. долл.

Таблица4. Объем импорта растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу,в Россию в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл.

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
Импорт	…	…	…	…	…
% к предыдущему периоду	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Импорт по компаниям производителям

В I пол. 2015 года наибольший объем импорта в натуральном выражении пришелся на растительное масло, употребляемое в пищу, производителей …и …, в натуральном выражении доля производства в 2014г. данных компаний от общего объема произведенного растительного масла (которое пригодно только для употребления в пищу) пришлось …%. Предполагается, что по завершении 2015 года данная доля снизится.

Таблица 3. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по фирмам производителям в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тонн.

Фирма-производитель	Год				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

В I пол. 2015 года наибольший объем импорта в стоимостном выражении пришелся на растительное масло, употребляемое в пищу,производителей… и …, в стоимостном выражении доля производства в 2014г. данных компаний от общего объема

произведенного растительного масла (которое пригодно только для употребления в пищу) пришлось …%. Предполагается, что по завершении 2015 года данная доля снизится.

Таблица 4. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по фирмам производителям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. долл.

Фирма-производитель	Год				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по фирмам производителям в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., тыс. долл., %

…

Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroup

Импорт по странам происхождения

В I пол. 2015 года наибольший объем импорта в натуральном выражении растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию пришелся на…

Таблица 5. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам происхождения в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн.

СТРАНА	ГОД				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

В I пол. 2015 года наибольший объем импорта в стоимостном выражении пришелся на растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию также на …

Таблица 6. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл.

СТРАНА	ГОД				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Диаграмма 5. Импорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам происхождения в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., млн. долл., %

…

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Экспорт в натуральном и стоимостном выражении

Экспорт растительного масла, пригодного для использования в пищу, из России за период с 2011 по I пол. 2015 года существенно возрос: так, например, в 2012 году темп роста объема экспорта составил …%, а в 2014 рост составил …%. В первом полугодии 2015 года объем экспорта соответствующего показателя составил … тыс. тонн.

Таблица 7. Объем и темп ростаэкспорта растительного масла, пригодного для использования в кулинарии, из России в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн., %

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
Объем экспорта	…	…	…	…	…
Темп роста	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Несмотря на то, что наблюдается положительная динамика роста объема экспорта в натуральном выражении, статистическая стоимость объема поставок имеет тенденцию к снижению. Преимущественно данный факт объясняется продолжительным снижением цен на растительное масло на мировом рынке растительных масел. Так, например, в 2013 году стоимостное выражение объема экспортных поставок из России составило … млн долл., что на …% ниже предшествующего года.

Таблица 8. Объем и темп роста экспорта растительного масла, пригодного для использования в кулинарии, из России в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн долл., %

Показатель	Год				
	2011	2012	2013	2014	I пол. 2015
Объем экспорта	…	…	…	…	…
Темп роста	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Экспорт по фирмам производителям

В I пол. 2015растительное масло, пригодное для конечного употребления в пищу, произведенное фирмой «…» экспортировалось в количестве … тыс. тонн, в то время как лидером экспорта по состоянию на I пол. 2015 является фирма «…», она экспортировала … тыс. тонн за первое полугодие 2015 г.

Таблица 9. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию в натуральном выражении по компаниям производителям, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн.

Производитель	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…

…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Стоимость экспортируемого растительного масла, произведенного фирмой …, в рассматриваемом периоде составила …млн долл.

Таблица 10. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по компаниям производителям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл.

Производитель	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Диаграмма 6. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по компаниям производителям в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., млн. долл., %

…

Экспорт по странам получателям

В I пол. 2015 года наибольший объем экспорта растительного масла, пригодного для использования в кулинарии, пришелся на Турцию и составил … тыс. тонн.

Таблица 11. Экспорт растительного масла, пригодного для употребления в пищу, из России по странам получателям в натуральном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., тыс. тонн.

СТРАНА ПОЛУЧАТЕЛЬ	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERYResearchGroup

Наибольший объем экспорта растительного масла, используемого для приема в пищу, в I пол. 2015г. пришелся на … и составил …млн. долл.

Таблица 12. Экспорт растительного масла, пригодного для употребления в пищу, из России по странам получателям в стоимостном выражении, 2011 – I пол. 2015 гг., млн. долл.

СТРАНА ПОЛУЧАТЕЛЬ	Год				
	2011	2012	2013	2014	2015
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…

125438, Москва, ул. Михалковская 63б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
Телефон: +7 (495) 601-91-49; +7 (495) 968-13-14. Факс: +7 (495) 601-91-49
www.drgroup.ru, research@drgroup.ru

…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
…	…	…	…	…	…
ВСЕГО	…	…	…	…	…

Источник: по данным DISCOVERY Research Group

Диаграмма 7. Экспорт растительного масла, производимого для конечного потребления в пищу, в Россию по странам получателям в стоимостном выражении, I пол. 2015 гг., млн. долл., %

…

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Глава5. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка растительногомасла в России, пригодного для конечного использования в кулинарии.

...

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERYRESEARCHGROUP
125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3
БЦ «Головинские пруды»
Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14
Факс: +7 (495) 601-91-49
e-mail: research@drgroup.ru
www.drgroup.ru
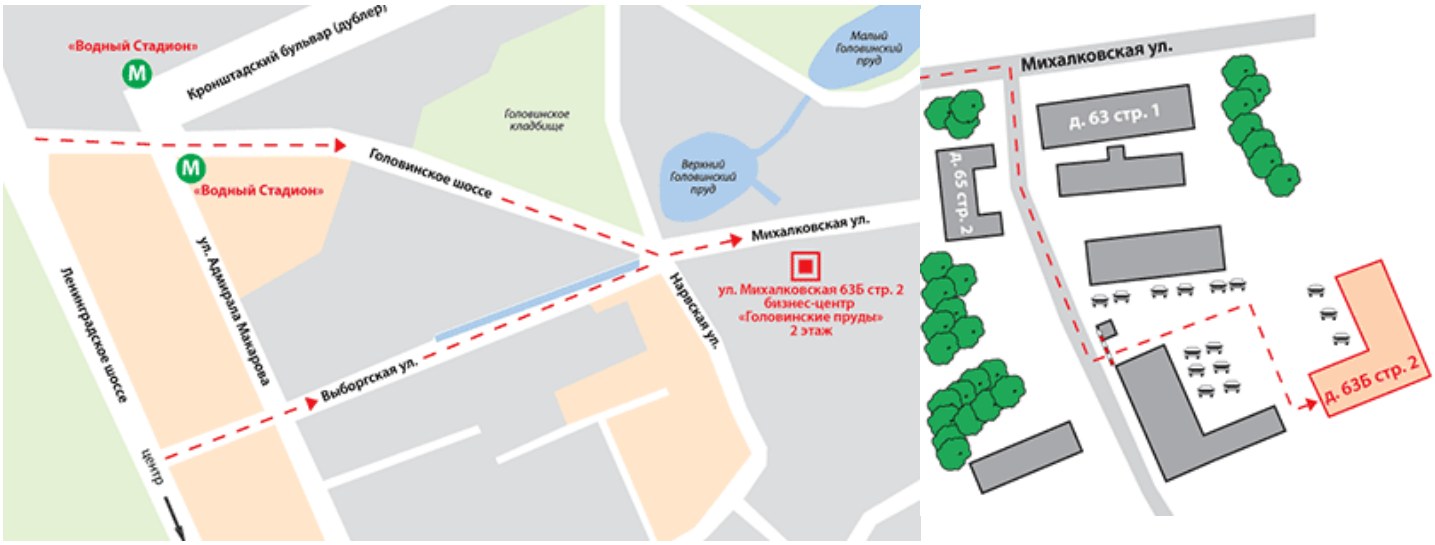
Схема проезда