УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра бизнес-аналитики

«Утверждаю»
Зав. кафедрой
А.М. Найда

Протокол заседания
кафедры № 7
от « 26 » февраля 2026 г.

Рабочая программа дисциплины

Наименование дисциплины	Маркетинговые исследования
Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Профиль подготовки	Организация и управление бизнесом
Год набора	2026

Составитель:

к.э.н., доцент Басырова Э.И.

Казань

Содержание

1. Цели и задачи учебной дисциплины
2. Место дисциплины в структуре ОПОП
3. Требования к результатам освоения дисциплины
4. Структура и содержание дисциплины
4.1 Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций
4.2 Содержание дисциплины по темам (разделам)
4.3 Планы практических и семинарских занятий
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины
8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Приложение 1. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приложение 2. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цель преподавания дисциплины

Целями преподавания дисциплины является освоение методики сбора, обработки и анализа данных о рынке на основе использования современных информационных технологий и программных средств в процессе проведения маркетинговых исследований.

Основной задачей дисциплины является выработка навыков проведения самостоятельных маркетинговых исследований в рыночной среде с применением современного инструментария и интеллектуально-аналитических систем. По результатам изучения дисциплины студенты будут:

- знать современный инструментарий сбора, обработки и анализа данных, информационные технологии и программные средства, используемые при проведении маркетинговых исследований;
- знать основы и возможности применения интеллектуального анализа данных и современных методов обработки больших данных в процессе управления и решения маркетинговых задач;
- уметь осуществлять сбор информации, анализ и обработку маркетинговых данных с использованием современного инструментария;
- уметь выбирать современные информационные технологии и программные средства для решения задач маркетингового исследования;
- уметь решать маркетинговые задачи средствами интеллектуального анализа данных и технологий управления крупными массивами данных;
- владеть навыками использования современных инструментов и технологий в работе с маркетинговой информацией;
- владеть навыками применения современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований;
- владеть инструментами интеллектуального анализа данных и управления крупными массивами данных для решения задач маркетингового исследования.

Особое внимание в процессе преподавания дисциплины уделяется выработке практических навыков работы с крупными массивами данных на основе использования информационных технологий.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Данная дисциплина относится к обязательной части учебного плана подготовки бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и находится во взаимосвязи с дисциплинами по схеме.

Обеспечивающие учебные дисциплины:

Маркетинг

↓

Маркетинговые исследования

↓

Обеспечиваемые учебные дисциплины:

Бизнес-планирование

До начала изучения дисциплины «Маркетинговые исследования» у студента должны быть сформированы компоненты компетенций (ЗУВы), полученные в результате изучения дисциплины «Маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Дисциплина участвует в формировании следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по направлению Менеджмент:

- ОПК-2 «Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем».

- ОПК-5 «Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ».

После освоения дисциплины студент должен получить следующие образовательные результаты, соотнесённые с индикаторами достижения компетенций.

Декомпозиция компетенций

Индикаторы	Результаты обучения по дисциплине
Компетенция ОПК-2	
ОПК-2.3 Собирает, обрабатывает и анализирует данные, необходимые для решения поставленных управленческих задач, с применением современных цифровых технологий	**ОПК-2.3 З.7:** Знает современный инструментарий сбора, обработки и анализа данных для решения задач маркетингового исследования **ОПК-2.3 У.9:** Умеет осуществлять сбор информации, анализ и обработку маркетинговых данных с использованием современного инструментария **ОПК-2.3 В.8:** Владеет навыками использования современных инструментов и технологий в работе с маркетинговой информацией, в том числе в процессе поиска необходимой информации, ее обработки и анализа для решения маркетинговых задач
Компетенция ОПК-5	
ОПК-5.1 Использует современные информационные технологии и программные средства для решения профессиональных задач	**ОПК-5.1 З.1:** Знает основные информационные технологии и программные средства, используемые в маркетинговой деятельности **ОПК-5.1 У.1:** Умеет выбирать современные информационные технологии и программные средства для решения задач маркетингового исследования **ОПК-5.1 В.1:** Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований
ОПК-5.2 Осуществляет интеллектуальный анализ и управление крупными массивами данных при решении профессиональных задач	**ОПК-5.2 З.2: З**нает базовые задачи, основные направления и возможности интеллектуального анализа данных, а также современные методы обработки больших данных в интересах повышения эффективности управляющих решений в маркетинге **ОПК-5.2 У.2:** Умеет решать маркетинговые задачи средствами интеллектуального анализа данных и технологий управления крупными массивами данных **ОПК-5.2 В.2:** Владеет инструментами интеллектуального анализа данных и управления крупными массивами данных для получения качественно новой информации при проведении маркетингового исследования

Этапы формирования выбранных компетенций (или их частей – ЗУВов) можно проследить по Пояснительной записке и модульно-тематическому плану дисциплины.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Модульно-тематический план и пояснительная записка с указанием этапов формирования компетенций

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 академических часов)

Модульная разбивка курса «Маркетинговые исследования»					
Наименование модуля	Кол-во ауд. часов		СРС очная/очно-заочная	Всего часов очная/очно-заочная	Индикаторы компетенции/ЗУВы
	Лекции очная/очно-заочная	Практические очная/очно-заочная			
Модуль 1. Планирование и организация маркетингового исследования					
Тема 1. Виды маркетинговых исследований и способы сбора маркетинговой информации	0/0	3/0	6/4	9/4	ОПК-2.3 З7 ОПК-5.1. З1 ОПК-5.2 З2
Тема 2. Планирование и организация процесса проведения маркетинговых исследований	0/0	4/0	6/4	10/4	
Модуль 2. Прикладные маркетинговые исследования					
Тема 3. Кабинетные маркетинговые исследования	0/0	20/10	28/46	48/56	ОПК-2.3 У9В8 ОПК-5.1 У1В1 ОПК-5.2 У2В2
Тема 4. Полевые маркетинговые исследования	0/0	10/4	15/26	25/30	
Модуль 3. Подготовка отчета о проведенном маркетинговом исследовании					
Тема 5. Письменный отчет. Структура и содержание.	0/0	4/2	4/4	8/6	ОПК-2.3 В8
Тема 6. Устный отчет и графическое представление отчета	0/0	4/0	2/4	6/4	
Подготовка к зачёту			2/4	2/4	
ИТОГО	0/0	**45/16**	**63/92**	**108/108**	

Пояснительная записка
с этапами формирования компетенций

Данный курс разбит на три логически завершенных и взаимосвязанных между собой модуля.

1 модуль «Планирование и организация маркетинговый исследования». Для усвоения и сдачи 1 модуля студентам необходимо:

Первый модуль охватывает две темы рабочей программы учебной дисциплины. В результате прохождения первого модуля студент получает мотивацию к выполнению своей профессиональной деятельности и должен **Знать** (ОПК-2, ОПК-5):

- современный инструментарий сбора, обработки и анализа данных для решения задач маркетингового исследования (ОПК-2.3 З7);
- основные информационные технологии и программные средства, используемые в маркетинговой деятельности (ОПК-5.1. З1);
- базовые задачи, основные направления и возможности интеллектуального анализа данных, а также современные методы обработки больших данных в интересах повышения эффективности управляющих решений в маркетинге (ОПК-5.2 З2).

Уровень усвоения полученных знаний проверяется выступлением на семинаре.

2 модуль «Прикладные маркетинговые исследования» включает в себя две темы.

В результате прохождения второго модуля студент должен:

Уметь (ОПК-2, ОПК-5):

- осуществлять сбор информации, анализ и обработку маркетинговых данных с использованием современного инструментария (ОПК-2.3 У9);
- выбирать современные информационные технологии и программные средства для решения задач маркетингового исследования (ОПК-5.1 У1);
- решать маркетинговые задачи средствами интеллектуального анализа данных и технологий управления крупными массивами данных (ОПК-5.2 У2).

Владеть (ОПК-2, ОПК-5):

- навыками использования современных инструментов и технологий в работе с маркетинговой информацией, в том числе в процессе поиска необходимой информации, ее обработки и анализа для решения маркетинговых задач (ОПК-2.3 В8).
- навыками применения современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований (ОПК-5.1 В1);
- инструментами интеллектуального анализа данных и управления крупными массивами данных для получения качественно новой информации при проведении маркетингового исследования (ОПК-5.2 В2).

Уровень усвоения полученных знаний, умений, навыков проверяется выполнением выступлением на семинаре, выполнением кейс-заданий,

лабораторным практикумом.

3 модуль «Подготовка отчета о проведенном маркетинговом исследовании» включает две темы. В результате изучения данного модуля студент должен:

Владеть (ОПК-2):

- навыками использования современных инструментов и технологий в работе с маркетинговой информацией, в том числе в процессе поиска необходимой информации, ее обработки и анализа для решения маркетинговых задач (ОПК-2.3 В8).

Уровень усвоения полученных навыков проверяется участием в деловой игре.

Модуль завершается защитой проекта.

4.2. Содержание дисциплины по темам (разделам)

Тема 1. Виды маркетинговых исследований и способы сбора маркетинговой информации, методы анализа рисков.

Выполнение практических заданий

Тема 2. Планирование и организация процесса проведения маркетинговых исследований.

Тема 3. Кабинетные маркетинговые исследования

Выполнение практических заданий

Тема 4. Полевые маркетинговые исследования

Выполнение практических заданий

Тема 5. Письменный отчет. Структура и содержание.

Выполнение практических заданий

Тема 6. Устный отчет и графическое представление отчета

Выполнение практических заданий

4.3. Планы практических и семинарских занятий

1 модуль.

Тема 1. Виды маркетинговых исследований и способы сбора маркетинговой информации, методы анализа рисков

Сущность и виды маркетинговых исследований. Основные направления исследований. Методы исследования в маркетинге. Сущность информационного обеспечения исследований в маркетинге. Виды сбора информации. Методы анализа рыночных и специфических рисков.

Тема 2. Планирование и организация процесса проведения маркетинговых исследований.

Процесс маркетинговых исследований. Основные этапы исследования. Сущность и процесс планирования маркетинговых исследований. План маркетинговых исследований. Определение объема выборки. Обработка данных для маркетинговой информации.

2 модуль.

Тема 3. Кабинетные маркетинговые исследования

Определение цели исследования. Разработка подходов для решения проблемы исследования. План и технология исследования. Анализ данных. Результаты. Допущения и ограничения. Рекомендации.

Тема 4. Полевые маркетинговые исследования

Определение проблемы и постановка цели исследования. Выбор метода исследования. Составление плана исследования. Сбор, обработка и анализ информации.

3 модуль.

Тема 5. Письменный отчет. Структура и содержание.

Составление письменного отчета. Структура письменного отчета. Введение. Основная часть. Заключение. Список использованных источников. Приложения.

Тема 6. Устный отчет и графическое представление отчета

Подготовка краткого доклада по результатам маркетингового исследования. Презентация. Использование графических и иных технических средств представления информации.

Примерная тематика лабораторно-практических работ.

Кабинетные маркетинговые исследования:

1. Анализ рынка соленой и копченой рыбы в России.
2. Анализ рынка древесно-стружечных плит в РФ.
3. Анализ российского рынка замороженной рыбы.
4. Анализ рынка платных медицинских услуг в России.
5. Анализ российского рынка упаковки пищевых продуктов.
6. Анализ рынка строительных материалов в РФ.
7. Анализ рынка кормов в России.
8. Анализ рынка сельскохозяйственной техники в РФ.
9. Анализ рынка минеральной воды в г. Казань
10. Анализ рынка пластиковой посуды в России.
11. Анализ рынка круп в РФ.
12. Анализ российского рынка цеолита в Республике Татарстан.
13. Анализ российского рынка бумажных отходов и макулатуры.
14. Анализ рынка переработки пластиковых отходов.
15. Анализ рынка ресторанного бизнеса в г. Казани.
16. Анализ рынка фитнес услуг в г. Казани.
17. Анализ рынка туристических услуг в г. Казани.
18. Анализ гостиничного бизнеса в г. Казани.
19. Анализ рынка жилой недвижимости г. Казани.
20. Анализ рынка коммерческой недвижимости в Республике Татарстан.
21. Анализ мирового рынка пальмового масла.
22. Анализ мирового рынка бытовых холодильников.
23. Анализ мирового рынка металлообрабатывающих станков.
24. Анализ мирового рынка графита.
25. Анализ мирового рынка газотурбинных установок.

26. Анализ мирового рынка изделий из стекловолокна.

Полевые маркетинговые исследования:

1. Анализ потребительских предпочтений на рынке прохладительных напитков.
2. Исследование спроса на рынке детских игрушек.
3. Анализ потребительских предпочтений на рынке кисломолочных продуктов.
4. Анализ потребительских предпочтений на рынке мороженого.
5. Анализ потребительских предпочтений на рынке свежих фруктов и овощей.

5.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

На самостоятельную работу студентам отводится 48/92/96 часов учебного времени.

Самостоятельная работа является способом углубления и закрепления знаний, умений и навыков, полученных студентами во время аудиторных занятий. Основное содержание самостоятельной работы составляет проработка практического материала, рекомендованной литературы и обзор, аналитики по рынку, данных информационных и аналитических систем, а также подготовка отчетов по результатам лабораторных работ.

Лабораторные работы выполняются в соответствии с методическими указаниями по выполнению лабораторных работ. Дополнительные источники информации студенты выбирают самостоятельно, пополняя полученные на лекциях и лабораторных работах знания и навыки сведениями, собранными самостоятельно.

Методика преподавания данной дисциплины предполагает выполнение практического задания – проведение маркетингового исследования по предложенной преподавателем тематике, выступление с кратким докладом по результатам исследования и презентацией. Кроме того, студентом должен быть подготовлен письменный отчет о проведенном исследовании с изложением основных выводов.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141811.html
2. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/141811.html

Дополнительная литература

1. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2023. — 293 с. — ISBN 978-5-394-05145-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144069.html

2. Сяглова, Ю. В. Маркетинговые исследования и рыночная аналитика : учебник для вузов / Ю. В. Сяглова, Т. П. Маслевич, Н. Б. Сафронова. — Москва : Дашков и К, 2025. — 320 с. — ISBN 978-5-394-06177-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/150171.html

3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е. Корнева. — 5-е изд. — Москва : Дашков и К, 2023. — 293 с. — ISBN 978-5-394-05145-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/144069.html

4. Матушкина, О. Е. Маркетинговые исследования в условиях санкционного давления : учебно-методическое пособие / О. Е. Матушкина, И. В. Котляревская, Е. С. Авраменко ; под редакцией О. Е. Матушкиной, И. В. Котляревской. — Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2023. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-3643-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/157018.html

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы и интернет-ресурсы:

1. Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации (https://ac.gov.ru)
2. ФГБУ «Центр Агроаналитики» (https://specagro.ru)
3. Федеральная таможенная служба. База статистики (https://customs.gov.ru)
4. Анализ рынка недвижимости РФ (https://irnr.ru)
5. Электронно-библиотечная система «IPR SMART» (http://www.iprbookshop. ru)
6. Образовательная платформа «Юрайт» (https://urait.ru)
7. Информационно-правовой портал «Гарант» (https://www.garant.ru/)
8. ЕМИСС. Государственный информационный ресурс (https://www.fedstat.ru/)
9. Research&Trends: Аналитика маркетологам и исследователям рынка (https://www.r-trends.ru/)
10. Российская Ассоциация Маркетинговых Услуг (https://www.ramu.ru/)

11. Библиотека маркетолога (http://www.marketing.spb.ru/)
12. Некоммерческое партнерства «Объединение исследователей рынка и общественного мнения» (http://www.oirom.ru)
13. Интернет-проект «Энциклопедия маркетинга» (http://www.marketing.spb.ru)
14. Российский сервис по сбору поисковой статистики. (https://wordstat.yandex.ru)
15. Статистика городов по сферам экономики (https://stat.2gis.ru)
16. ВЦИОМ: Регулярное анкетирование людей по различным вопросам (https://wciom.ru)
17. Компания McKinsey в России. Глобальная экспертиза российского маркетинга, вопросов права, тенденций развития технологий. (https://www.mckinsey.com/ru/)
18. Информационная платформа: бизнес, реклама, социальные сети. (https://www.statista.com)
19. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» (http://www.mavriz.ru)
20. Журнал «Маркетинг и маркетинговые исследования» (http://www.grebennikoff.ru/product/5)
21. Журнал «Маркетинг и финансы» (http://www.grebennikoff.ru/product/11)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

В процессе изучения данной дисциплины используется учебная аудитория, лаборатория «Бизнес-аналитики», кабинет для самостоятельной работы студентов, читальный зал, видеопроекционное оборудование, компьютер, оснащенный типовым пакетом системного и офисного ПО, в соответствии с Реестром материально-технического обеспечения аудиторного фонда Университета управления «ТИСБИ».

8. Оценка компетенций по изучаемой дисциплине

Для оценки компетентности рекомендуется использовать рейтинговую оценку знаний, умений и навыков студента по окончанию изучения каждого Модуля в соответствии с Положением о модульно-рейтинговой системе организации образовательного процесс. Итоговая оценка (в баллах) складывается из баллов, набранных по каждому Модулю (семестровая оценка) и баллов, набранных, непосредственно на экзамене (зачете).

Расчет набранных баллов по дисциплине осуществляется в следующей последовательности:

$C = \frac{M_1 + M_2 + ...M_n}{n} \times 0{,}6$, где М – количество баллов по модулю; n – количество модулей

$З = К \times 0{,}4$, где К - количество баллов на экзамене (зачете);

$И = С + З + П$, где П – поощрительные баллы (от 1 до 5).

Уровень сформированности компетенций и их основные признаки оцениваются по следующим таблицам:

Оценка уровня сформированности компетенции ОПК-2
«СПОСОБЕН ОСУЩЕСТВЛЯТЬ СБОР, ОБРАБОТКУ И АНАЛИЗ ДАННЫХ, НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПОСТАВЛЕННЫХ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ, С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННОГО ИНСТРУМЕНТАРИЯ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКИХ СИСТЕМ»
в части дисциплины «Маркетинговые исследования»

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (от 60 до 70 баллов)	- Знает современные инструменты сбора данных решения задач маркетингового исследования. - Умеет осуществлять сбор маркетинговых данных с использованием современного инструментария. - Владеет навыками использования современных инструментов в работе с маркетинговой информацией	Выступление на семинаре Лабораторный практикум Зачет
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня)** **(**От 71 до 85 баллов**)**	- Знает современный инструментарий сбора и обработки данных для решения задач маркетингового исследования. - Умеет осуществлять сбор информации и ее обработку с использованием современного инструментария. - Владеет навыками использования современных инструментов и технологий в работе с маркетинговой информацией	Выступление на семинаре Кейс-задания Лабораторный практикум Зачет
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	- Знает современный инструментарий сбора, обработки и анализа данных для решения задач маркетингового исследования. - Умеет осуществлять сбор информации, анализ и обработку маркетинговых данных с использованием современного инструментария. - Владеет навыками использования современных инструментов и технологий в процессе поиска необходимой информации, ее обработки и анализа для решения маркетинговых задач	Выступление на семинаре Лабораторный практикум Кейс-задания Зачет

Оценка уровня сформированности компетенции ОПК-5
«СПОСОБЕН ИСПОЛЬЗОВАТЬ ПРИ РЕШЕНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ЗАДАЧ СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА, ВКЛЮЧАЯ УПРАВЛЕНИЕ КРУПНЫМИ МАССИВАМИ ДАННЫХ И ИХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ»
в части дисциплины «Маркетинговые исследования»

№ п/п	Уровни сформированности компетенции	Основные признаки уровня	Инструменты оценки сформированности уровня
1	**Пороговый уровень (как минимально допустимый)** (от 60 до 70 баллов)	- Знает основные информационные технологии и программные средства, используемые в маркетинговой деятельности - Знает возможности интеллектуального анализа данных - Умеет выбирать современные информационные технологии и программные средства для решения задач маркетингового исследования - Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований	Выступление на семинаре Лабораторный практикум Зачет
2	**Базовый уровень (относительно порогового уровня)** **(**От 71 до 85 баллов**)**	- Знает основные информационные технологии и программные средства, используемые в маркетинговой деятельности - Знает базовые задачи, основные направления и возможности интеллектуального анализа данных - Умеет выбирать современные информационные технологии и программные средства для решения задач маркетингового исследования; - Умеет решать маркетинговые задачи средствами интеллектуального анализа данных - Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств при	Выступление на семинаре Лабораторный практикум Зачет

		проведении маркетинговых исследований - Владеет инструментами интеллектуального анализа данных	
3	**Повышенный уровень (относительно порогового уровня)** (От 86 до 100 баллов)	- Знает основные информационные технологии и программные средства, используемые в маркетинговой деятельности; - Знает базовые задачи, основные направления и возможности интеллектуального анализа данных, а также современные методы обработки больших данных в интересах повышения эффективности управляющих решений в маркетинге; - Умеет выбирать современные информационные технологии и программные средства для решения задач маркетингового исследования; - Умеет решать маркетинговые задачи средствами интеллектуального анализа данных и технологий управления крупными массивами данных; - Владеет навыками применения современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований; - Владеет инструментами интеллектуального анализа данных и управления крупными массивами данных для получения качественно новой информации при проведении маркетингового исследования	Выступление на семинаре Лабораторный практикум Кейс-задания Зачет

Приложение 1

Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины.

Студентам на первом занятии необходимо ознакомиться с Рабочей программой дисциплины, где прописаны цели, задачи и трудоемкость дисциплины. Перед началом изучения дисциплины необходимо повторить учебный материал обеспечивающих учебных дисциплин предшествующих курсов, которые дают основу для изучения дисциплины.

Затем необходимо ознакомиться с порядком изучения дисциплины, т.е. модульно-тематическим планом и пояснительной запиской с указанием этапов формирования заявленных компетенций.

И, наконец, ознакомиться с порядком оценивания результатов обучения, для чего необходимо изучить следующие документы: Положение о модульно-рейтинговой системе оценивания и Принципы оценки уровня знаний, умений и навыков (характеристика ответа).

Студент должен внимательно изучить перечень основной (дополнительной) литературы и взять необходимые учебники в библиотеке.

Основная форма организации обучения по дисциплине «Маркетинговые исследования» – это лабораторно-практические занятия в виде выполнения самостоятельного маркетингового исследования. Практические занятия проводятся в виде выполнения работ по маркетинговому исследованию по теме, предложенной преподавателем.

При применении данного подхода у студентов закрепляются и углубляются, приводятся в систему навыки самостоятельного подхода к решению задач в сфере маркетинга, совершенствуются умения и навыки работы с инструментами интеллектуального анализа данных, управления крупными массивами данных.

Во время занятий студенты имеют возможность применить знания методов обработки больших данных и умения выбирать современные информационные технологии для решения задач маркетингового исследования.

Интерактивные формы обучения обеспечивают высокую мотивацию, прочность знаний, творчество, коммуникабельность, командный дух, ценность индивидуальности, свободу самовыражения, акцент на деятельность, взаимоуважение и демократичность.

Приложение 2

УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«УНИВЕРСИТЕТ УПРАВЛЕНИЯ «ТИСБИ»

Кафедра бизнес-аналитики

Фонд оценочных средств
для проведения текущей и промежуточной аттестации
по дисциплине

«Маркетинговые исследования»

Направление подготовки 38.03.02 Менеджмент

Профиль подготовки Организация и управление бизнесом

Год набора 2026

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля
   2.1 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля.
      2.1.1 Выступление на семинаре
      2.1.2 Лабораторный практикум
      2.1.3 Кейс-задания
   2.2 Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля.
      2.2.1 Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к зачету)
      2.2.2 Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к зачету)

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Формы контроля / Формируемые компетенции и их индикаторы	ОПК-2	ОПК-5	
	ОПК-2.3	ОПК-5.1	ОПК-5.2
Формы текущего контроля			
Выступление на семинаре	З7	З1	З2
Лабораторный практикум	У9В8	У1В1	У2В2
Кейс-задания	У9В8	У1В1	У2В2
Формы промежуточного контроля			
зачет	З7У9В8	З1У1В1	З2У2В2

2. Наполнение фонда оценочных средств по формам контроля.

2.1Фонд оценочных средств и шкала оценивания для текущего контроля

2.1.1 Выступление на семинаре

Выступление на семинаре является формой контроля для оценки уровня освоения компетенций, применяемой на семинарских занятиях. Выступление на семинаре проводиться с использованием форм устного опроса, обсуждения выполненных индивидуальных заданий и проблемных вопросов. Выступление на семинаре, таким образом, включает обязательную для всех студентов оценку текущего контроля знаний в виде устного опроса, а также выступление студентов по проблемным вопросам проектирования в менеджменте.

Примерные темы выступлений на семинаре:

1. Маркетинговая информация. Современные технологии, используемые в работе с маркетинговой информацией.
2. Области использования маркетинговой информации на предприятии.
3. Факторы результативности и эффективности маркетинговых исследований
4. Типы маркетинговых исследований. Определение объекта исследования.
5. Среда маркетинга, рынок, товар, покупатели и конкуренты как объекты маркетингового исследования.
6. Выбор методов сбора информации. Полевые и кабинетные исследования.
7. Этапы определения проблемы и формулирования целей

маркетингового исследования.

8. Идентификация проблемы исследования. Понятие проблемы исследования. Типы проблем при проведении маркетинговых исследований: проблемы управления маркетингом и проблемы маркетинговых исследований.

9. Классификация проблем исследования. Приемы осмысления проблемы. Выявление объекта и предмета исследования

10. Определение целей маркетингового исследования. Формирование рабочей гипотезы. Определение задач исследования

11. Основные инструменты сбора, обработки и анализа для решения задач маркетингового исследования.

12. Этапы разработки плана маркетингового исследования. Содержание предварительного этапа исследования.

13. Выбор методики проведения маркетингового исследования. Системный анализ, комплексный подход и программно-целевое планирование как общенаучные методы маркетингового исследования.

14. Разработка выборочного плана и определение объема выборки. Составление бюджета и графика проекта.

15. Прямые и косвенные методы качественного исследования. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки

16. Глубинные интервью как неструктурированные, прямые, личные интервью. Характеристика. Виды. Условия применения.

17. Конкурентная разведка. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

18. Mystery shopping как вид маркетингового исследования. Характеристика. Виды. Условия применения. Преимущества и недостатки.

19. Цель количественного исследования. Характер результатов количественного исследования. Применение методов статистического анализа для проведения количественного исследования.

20. Опросы как основные методы количественных исследований. Классификация методов проведения опроса. Характеристика. Преимущества и недостатки. Условия применения.

21. Анкета и программа опроса. Цели использования анкеты. Последовательность разработки анкеты. Принятие решения относительно предмета исследования.

22. Выбор формата анкеты. Формулировка вопросов. Выбор последовательности вопросов.

23. Структура типичной анкеты. Тестирование анкеты его роль.
Телефонные опросы. Характеристика. Преимущества и недостатки. Условия применения.

24. Личные интервью. Характеристика. Преимущества и недостатки. Условия применения.

25. Почтовые опросы. Характеристика. Преимущества и недостатки. Условия применения

26. Функция отчета о маркетинговом исследовании. Структура отчета.

27. Основные направления анализа маркетинговой информации. Методы

анализа данных

28. Разработка маркетинговой программы как один из заключительных этапов применения результатов маркетингового исследования. Представление результатов маркетингового исследования.

29. Роль и место маркетинговой информационной системы. Структура маркетинговой информационной системы и информационные потоки.

30. Принципы построения и инструментарий маркетинговой информационной системы (МИС).

31. Классификация задач МИС. Унифицированные маркетинговые информационные системы

32. Маркетинговые исследования по видам экономической деятельности: источники информации, особенности проведения, аспекты применения.

33. Основные виды международных маркетинговых исследований. Процесс международного маркетингового исследования.

34. Кабинетные исследования. Полевые исследования.

35. Изучение уровня удовлетворенности потребителя. Изучение лояльности потребителя.

36. Ценовые маркетинговые исследований и их роль

37. Емкость рынка и источники ее формирования.

38. Изучение отношения потребителя к предприятиям, брендам, товарным группам.

39. Изучение процесса принятия решения потребителем о покупке. Изучение ресурсов потребителя.

40. Комплексные маркетинговые исследования для полного информационного обеспечения процесса поэтапной разработки стратегии предприятия.

41. Применение современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований.

42. Сущность интеллектуального анализа данных в маркетинге. Концепции интеллектуального анализа данных

43. Методы интеллектуального анализа данных (Ассоциация. Классификация. Нейронные сети. Нечеткая логика. Кластеризация. Прогнозирование. Последовательные модели. Деревья решений. Комбинации. Обработка с заполнением).

44. Инструментальные средства анализа данных. Прикладное обеспечение анализа данных в маркетинге.

45. Информационное обеспечение принятия маркетинговых решений. Базы данных. Формирование баз данных.

46. Основные этапы интеллектуального анализа баз данных.

47. Сущность программного обеспечения интеллектуального анализа данных в маркетинге. Основные программные продукты.

48. Data Mining. Технологии Data Mining.

49. Прикладное программное обеспечение Data Mining.

50. Применение Data Mining для решения маркетинговых задач.

51. Использование Data Mining в управлении взаимоотношениями с

клиентами совместно с CRM (Customer Relationship Management).

52. Характеристики технологии больших данных и методы их обработки.

53. Крупные массивы данных и технологии управления ими.

54. Big Data в маркетинге.

Критерии оценивания выступления на семинаре

Результат	Балл
Демонстрирует полное понимание поставленного вопроса, логично и последовательно отвечает на вопрос. Дает развернутый ответ с практическими примерами	100-90
Дает полный и логически правильный ответ на вопрос, но сформулировать примеры по рассматриваемому вопросу не может	80-89
Демонстрирует частичное понимание сути вопроса, способен охарактеризовать суть управленческого решения.	70-79
Способен сформулировать определения терминов, привести классификацию, перечислить формы, методы и т.п., но не может дать их характеристику	60-69
Демонстрирует непонимание вопроса, отвечает с наличием грубых ошибок в ответе либо не отвечает на вопросы	Менее 60

2.1.2. Лабораторный практикум

Основные этапы лабораторного практикума:

1 этап. Разработка плана маркетингового исследования

2 этап. Осуществление работ в соответствии с заданной тематикой.

3 этап. Подготовка отчета и краткого доклада по результатам проведенных работ. Защита отчета.

Задачи по проекту: выполнение кабинетного исследования, подготовка итогового документа, отчетного доклада.

Результаты маркетингового исследования: Отчет о результатах маркетингового исследования в письменном виде (в том числе схемы, таблицы и графики), с указанием основных источников информации.

План исследования составляется студентами самостоятельно и согласуется с преподавателем.

Критерии оценивания лабораторного практикума

Результат	Балл
Отчет по маркетинговому исследованию составлен качественно. Цели и задачи исследования достигнуты, в отчете все выводы обоснованы.	100-90

Отчет по маркетинговому исследованию составлен грамотно. Имеются редакционные замечания. Цели и задачи исследования достигнуты.	80-89
Отчет по маркетинговому исследованию составлен с некоторыми замечаниями, не в полном объеме. Цели и задачи исследования достигнуты не в полном объеме.	70-79
Отчет по маркетинговому исследованию составлен с существенными замечаниями по содержанию и объему выполненных работ. Цели и задачи исследования достигнуты не в полном объеме.	60-69
Отчет по маркетинговому исследованию представлен, но не соответствует по содержанию и объему выполненных работ. Отсутствует информация по многим разделам отчета. Цели и задачи исследования не достигнуты	Менее 60

2.1.3. Кейс-задания

Кейс 1. «Специфика маркетинговых исследований»

Охарактеризуйте особенности маркетинговых исследований рынка сырья:

– молока;

– нефти

– зерновых культур

– овощей и фруктов.

Дайте характеристику специфики маркетинговых исследований рынка готовой продукции:

– нефтяного оборудования;

– металлических систем ограждений и 3D заборов

– электромобилей;

– одноразовой посуды.

Дайте характеристику специфики маркетинговых исследований в сфере услуг:

– решений для управления большими данными;

– автосервисных услуг;

– туристических услуг;

– гостиничных услуг;

– фитнес-услуг;

– образовательных услуг.

Кейс 2. «Изучение предпочтений потребителей продукта из пророщенного зерна Талкан»

Производитель продукта из пророщенного зерна проводит мониторинг осведомленности и имиджа марок. В ходе планируемого маркетингового исследования предполагается оценить емкость рынка сухих завтраков и долей марок в крупных городах-миллионниках.

Цель исследования: отследить динамику уровня осведомленности населения о марках компании-заказчика и конкурентов; оценить место компании заказчика на отдельных географических рынках продукта из пророщенного зерна.

Задачи исследования:

- определить доли компании заказчика и прочих производителей продукта из пророщенного зерна (Талкан);
- выявить отношение потребителей к маркам продукта из пророщенного зерна (Талкан);

Методика проведения исследования: телефонный опрос жителей города Казани.

Генеральная совокупность: домохозяйства (2 и более члена одной семьи, проживающие вместе).

Выборочная совокупность – 100 домохозяйств: предположительная доля домохозяйств-потребителей продукта из пророщенного зерна (Талкан) = 8%.

Основа формирования выборки – база квартирных телефонных номеров.

Метод составления телефонной базы: случайная выборка.

Респонденты: члены семьи, принимающие решение о покупке продуктов питания (предположительно, женщины в возрасте 20-45 лет)

Задание:

1. Составьте анкету для решения поставленных задач.
2. Определите среднюю продолжительность проведения интервью с учетом запланированного метода проведения опроса.

Кейс 3. «Анализ рынка коммерческой недвижимости г. Казани»

Компания «A-Development» является одной из ведущих компаний г. Казани. Основными услугами компании являются:

- брокеридж (сдача в аренду/продажа коммерческой недвижимости),
- инвестиционный консалтинг (подбор и покупка инвестиционных продуктов в интересах инвесторов),
- консалтинг собственников объектов коммерческой недвижимости (разработка арендной политики, разработка планировочных решений, маркетинговые исследования, продвижение).

Компания является экспертом в сегменте торговой и офисной недвижимости, и имеет следующие конкурентные преимущества:

- 14-летний опыт работы на рынке;

- Участие в разработке и успешная реализация проектов Бизнес Центров класса «А», «В+», «В»;

- Профессиональное образование и тренинги в лучших учебных центрах России;

- Рекомендации ведущих игроков рынка недвижимости;

- входит в экспертный совет по сертификации Бизнес Центров от Гильдии Управляющих и Девелоперов.

В 2018 году компанией проведено 211 сделок, общей площадью 31 201 м^2 на сумму более 600 000 000 рублей.

Компания проводит сравнительный анализ развития рынка коммерческой недвижимости по регионам России, в частности, в сегменте рынка бизнес-центров. В связи с этим компания проводит опрос методом анкетирования управляющих отдельных бизнес-центрами г. Казани по адресно-справочной базе данных бизнес-центров и анкете, разработанной компанией «A-Development».

Количество опрошенных респондентов – 20 в сооветствии с базой бизнес-центров.

Задание:

1. Оценить общий объем рынка коммерческой недвижимости г. Казани на оснвоании информации из открытых источников сети Интернет.
2. Составить анкету для опроса руководителей бизнес-центра
3. Составить таблицу с краткими сведениями о бизнес-центрах г. Казани по форме, приведенной в таблице 1.

Таблица 1

Информация об услугах бизнес-центров г. Казани

Наименование	Адрес	Класс	Площадь	Описание	Стоимость аренды

Кейс 4. «Анализ рынка конференц-залов г. Казани»

Компания “Ремарк” (г. Казань) совместно с компанией «B2B basis» (г. Москва) ежегодно проводят всероссийскую конференцию «Продажи и маркетинг» для владельцев и руководителей по продажам и маркетингу B2B компаний. В целях организации следующей конференции необходимо выбрать место проведения мероприятия.

Ниже в таблице 2 представлена информация об отелях г. Казани, предлагающих услуги по организации конференций и бизнес-встреч.

Таблица 2

Наименование	Номерной фонд	Рейтинг отеля	Удобства	Стоимость проживания	
				Категория	Стоимость
Мираж	109	5*	WI-FI; парковка; фитнес-центр; спа-центр; бассейн; караоке; конференц-зал	«Deluxe King/Twin»	от 6120 руб.
				«Deluxe King Kremlin»	от 6720 руб.
				Студия	от 7650 руб.
				Бизнес люкс	от 13600 руб.
				Представительский люкс	от 15100 руб.
				Апартаменты	от 18200 руб.
				Президентский сюит	от 36500 руб.
Отель Korston ROYAL Казань	202	5*	Допускается размещение домашних животных; Wi-FI; парковка; мини-бар/холодильник во всех номерах, ночной клуб; караоке; бильярд; фитнес-центр, сауна; бассейн; сауна; массаж; салон красоты и пр.	Deluxe Double	от 5600 руб.
				Deluxe Twin	от 5600 руб.
				Club Suite	от 14 000руб.
				Presidental Suite	37600 руб.
Отель LUCIANO	94	5*	рум сервис, бассейны, трансфер, услуги спа-центра, завтрак, термальная зона, консьерж услуги, услуги бизнес-центра, конференц возможности, ресторан и лобби бар, интернет, фитнес-клуб.	Стандарт для МГН	7000 руб.
				Стандарт 1 категория	8000 руб.
				Стандарт Комфорт	от 10 000 руб.
				Джуниор Сюит Бизнес	от 13 000руб.
				Джуниор Сюит Делюкс	от 13 000руб.
				Джуниор Сюит Премиум	от 13 000руб
				Студия	от 15 000 руб.
				Студия Семейный	от 25 000руб.
				Студия Премиум	от 25 000руб.
				Апартаменты	35 000руб.
				Апартаменты Премиум	40 000руб.
				Посольский Люкс	60 000руб.
				Президентский Люкс	60 000руб.
Гранд Отель Казань	215	4*	Проживание в номере выбранной категории;, без питания/завтрак «шведский стол»; посещение фитнес центра, турецкого хаммама, финской и инфракрасной саун в отеле «Гранд Отель Казань»; бесплатная парковка (при наличии свободных мест); Wi-Fi.	Семейный номер (Family room)	от 4350 руб.
				Стандарт с одной двуспальной кроватью King Size	от 3200 руб.
				Стандарт двухместный с двумя полутороспальными кроватями Queen Size	от 3200 руб.
				Джуниор Сюит Панорамный с одной двуспальной кроватью King Size	от 4500 руб.
				Джуниор Сюит (Полулюкс) Панорамный двухместный с двумя полутороспальными кроватями Queen Size	от 4500 руб.
				Джуниор Сюит (Полулюкс) с одной двуспальной кроватью King Size	от 4100 руб.
				Люкс с одной двуспальной кроватью King Size	от 8900 руб.
Отель Ramada Kazan	149	4*	Допускается размещение домашних животных; Wi-FI, парковка; фитнес-центр; спа-центр; конференц-зал; детская игровая зона.	Бизнес	от 6000руб.
				Люкс	от 16 000 руб.

Наименование	Номерной фонд	Рейтинг отеля	Удобства	Стоимость проживания	
				Категория	Стоимость
City Centre			подходит для гостей с ограниченными физическими возможностями;	Президентский	42 000руб.
Отель DoubleTree by Hilton Казань	93	4*	Wi-FI; парковка; фитнес-центр; конференц-зал; ресторан, бар, трансфер	Бизнес	от 6300 руб.
				Люкс	15 700 руб.
Park Inn by Radisson	151	4*	Допускается размещение домашних животных; Wi-FI; парковка; фитнес-центр; конференц-зал.	Бизнес	от 4 300 руб.
				Люкс	14050 руб.
Отель Courtyard by Marriott Kazan Kremlin	150	4*	Wi-FI; парковка; фитнес-центр; конференц-зал; подходит для гостей с ограниченными физическими возможностями.	Номер	от 5900 руб.
				Студия	от 8000 руб.
				Люкс	от 11 000руб.
Отель Джузеппе	50	4*	Ресторан, бесплатная парковка, трансфер от/до аэропорта, WI-FI. конференц-залы.	Классик	от 3000 руб.
				Студия	от 4500 руб.
				Люкс	от 7500 руб.
				Сюит	от 13000 руб.
Отель Ривьера	210	4*	Допускается размещение домашних животных; WI-FI; бесплатная парковка, безлимитное однократное посещение аквапарка "Ривьера" (бассейны, горки, аттракционы) без ограничения по длительности, посещение фитнес-клуба премиум-класса "Планета Фитнес" - для гостей номеров категории "Люкс" и "Президентский"	Комфорт	от 4700 руб.
				Стандарт	от 5150 руб.
				Улучшенный	от 6100 руб.
				Люкс	от 13 150 руб.
				Апартаменты	от 17 000 руб.
				Президентский	50 000 руб.
Bilyar Palace	124	4*	Допускается размещение домашних животных; Wi-FI; парковка; фитнес- центр, сауна; бассейн; игровая комната.	Бизнес	от 3500 руб.
				Люкс	от 5400 руб.

Необходимо провести сравнение цен на услуги аренды конференц-зала по указанным в таблице 2 отелям г. Казани и заполнить таблицу 3 по примеру, приведенному ниже.

Таблица 3

Сравнение цен на услуги аренды конференц -залов г. Казани

Название гостиницы	Название конференц-зала	Площадь	Макс. вместимость	Описание	Стоимость аренды (руб.)	
	Большой зал	172,8 кв.м.	50-180 чел.	Видеооборудование для воспроизведения медиаконтента любых форматов, аудиооборудование (микрофоны проводные/беспроводные/петличные, проектор, ноутбук, синхронный перевод по 2-	за полдня 6 часов	32 000

Название гостиницы	Название конференц-зала	Площадь	Макс. вместимость	Описание	Стоимость аренды (руб.)	
Мираж				м каналам, переводчик, привлечение персонала для проведения мероприятия. Дополнительное оборудование предоставляется за отдельную плату.	за весь день 9 часов	43 000
	Малый зал	87 кв.м.	30-50 чел.	Подвесной проектор, видео-, аудио оборудование. Дополнительное оборудование предоставляется за отдельную плату.	за полдня 6 часов	19 000
					за весь день 9 часов	28 000
	Зал Фортуна	82,3 кв.м.	60 чел.	Проектор, экран, колонки, микрофон. Дополнительное оборудование предоставляется за отдельную плату.	за полдня 6 часов	14 000
					за весь день 9 часов	22 000
	Зал Классик	73кв.м.	40 чел.	Проектор, экран, колонки, микрофон. Дополнительное оборудование для проведения мероприятий.	за полдня 6 часов	11 000
					за весь день 9 часов	18 000

Кейс 5. Открытие рыбоводческого комплекса по выращиванию форели

Компания «Радужная Форель» планирует реализовать проект по выращиванию форели мощностью производства 250 тонн охлажденной рыбы в год. Сроки реализации и объем необходимых инвестиций еще не определен. Место реализации проекта Республика Карелия. Ниже представлена краткая характеристика отрасли.

Форелеводство – одно из ведущих направлений товарной аквакультуры. По объёму выращивания лососевые виды занимают второе место в структуре рыбоводства после карповых и растительноядных. Основная доля производства форели и атлантического лосося (сёмги) приходится на Северо-Западный федеральный округ.

Рынки продукции аквакультуры в России имеют трехуровневую систему:

- местные;
- региональные;
- федеральные.

Местные рынки ограничены территорией, на которой расположено предприятие, как правило, это населенные пункты с численностью населения до 10 тыс. человек.

Региональные рынки находятся в пределах одного-двух субъектов Российской Федерации с расстоянием до места сбыта в 200-250 км. Численность населения территорий, на которых функционируют региональные рынки, находится в пределах 1-1,5 млн. человек.

Федеральные рынки сбыта представляют собой крупные и средние мегаполисы с населением не менее 1 млн. человек. Видовой ассортимент, объемы сбыта и стоимостные характеристики продукции аквакультуры на федеральных рынках определяются, в первую очередь, уровнем платежеспособного населения, а не количеством жителей.

В 2019 г. потребление охлажденной форели на душу населения составило лишь 0,21 кг. При этом, потребление рыбной продукции в целом составило 20,2 кг/чел., при рекомендуемой Минздравом норме 22 кг/чел.

По норме потребления (на человека в год) в сравнении с развитыми странами — лидируют такие страны как Японии, где норма потребления — 65 кг, Норвегия – 55 кг, Китай – 25 кг на человека в год.

Таким образом, рынок охлажденной форели в России имеет большой потенциал роста за счет снижения доли товаров-заменителей, увеличения покупательной способности населения, а также пропаганды здорового и правильного питания.

Компания-инициатор проекта планирует провести маркетинговые исследования рынка охлажденной форели, в том числе изучить профили производителей-конкурентов, изучить тенденции импорта- и экспорта продукции. В связи с этим необходимо решить следующие задачи:

1. Определить компании-конкуренты, которые занимаются производством радужной форели в Республике Карелия. Кратко описать их профили, указав наименование конкурента, его месторасположение, виды продукции, производственные мощности.
2. Описать рынки сбыта продукции: сегмент Horeca, сегмент розничных торговых сетей. Выявить тенденции развития отраслей-потребителей и перспективы их развития.
3. Проанализировать таможенную статистику об импорте и экспорте форели на основании данных Таможенной службы РФ за 2019-2020 годы, представленных в Приложении 1.

Кейс 6. Анализ рынка импорта и экспорта пшеничных отрубей

Компания «Булгур» планирует организовать производство и осуществлять экспорт пшеничных отрубей. При производстве булгура возникают отходы – отруби. В этой связи компания планирует развить новое направление своей деятельности. Стоит задача провести анализ таможенной статистики и выявить тенденции экспорта и импорта за период 2018-2020 годы. На основе полученных в

результате маркетингового исследования по рынку импорта и экспорта продукции принять соответствующие управленческие решения.

Задание: провести анализ импорта и экспорта пшеничных отрубей провести на основе данных таможенной статистики по кодам ТН ВЭД 2302301000 и 2302309000.

Сформулировать выводы по результатам анализа таможенной статистики. Для этого необходимо изучить:

- динамику объемов импорта и экспорта в натуральном и стоимостном выражении;
- структуру импорта и экспорта по странам;
- структуру импорта и экспорта по федеральным округам.

Результаты отразить в табличном виде (табл.4-8) и дать комментарий к ним.

Таблица 4

Импорт и экспорт пшеничных отрубей в разрезе кодов ТН ВЭД в стоимостной оценке, тыс. долларов США

Наименование кодов ТН ВЭД	2018	2019	2020	изменение
Импорт				
2302301000				
2302309000				
Итого по импорту в стоимостной оценке, тыс. долларов США				
Экспорт				
2302301000				
2302309000				
Итого по экспорту в стоимостной оценке, тыс. долларов США				

Таблица 5

Импорт и экспорт пшеничных отрубей в разрезе кодов ТН ВЭД в натуральном выражении, тонн

Наименование кодов ТН ВЭД	2018	2019	2020	изменение
Импорт				
2302301000				
2302309000				
Итого по импорту в натуральном выражении, тонн				
Экспорт				
2302301000				

2302309000				
Итого по экспорту в натуральном выражении, тонн				

Таблица 6

Географическая структура импорта пшеничных отрубей в 2020 году

Код ТН ВЭД	Страна	Объем импорта, тонн	Доля, %
2302301000			
2302309000			

Таблица 7

Географическая структура экспорта пшеничных отрубей в 2020 году

Код ТН ВЭД	Страна	Объем экспорта, тонн	Доля, %
2302301000			
2302309000			

Таблица 8

Структура импорта-экспорта в 2020 году по федеральным округам в натуральной и стоимостной оценке

	в тыс. долларах США		в тоннах	
Федеральные округа	импорт	экспорт	импорт	экспорт
Центральный				
Северо-Западный				
Южный				
Приволжский				
Уральский				
Сибирский				
Дальневосточный				
Северо-Кавказский				

Кейс 7. «Работа с крупными массивами данных при проведении маркетингового исследования рынка бытовых холодильников»

Компания «Фридж-1» планирует наладить производство бытовых холодильников за счет собственных и заемных средств. География сбыта – территория России.

Компания планирует обратиться в Фонд развития промышленности ФРП и получить займ в недостающей для реализации проекта сумме. Основные условия займа ФРП представлены в Приложении 2.

Часть работ по проведению маркетингового исследования уже проведена. В процессе составления Бизнес-плана по требованиям ФРП было проведено маркетинговое исследование мирового рынка производства и сбыта бытовых холодильников. Начато маркетинговое исследование российского рынка. Изучена сфера сбыта продукции. Планируется исследовать сферу производства и импорт-экспорта бытовых холодильников.

Задание:

На основе данных государственной статистики и базы данных ЕМИСС определить в разрезе регионов России объемы производства бытовых холодильников за период 2018-2020 гг. База данных ЕМИСС позволяет выгружать статистическую базу в формате Excel.

Применяя современные технологии обработки и анализа данных, определить структуру производства бытовых холодильников в разрезе федеральных округов и регионов России.

Изучить структуру и динамику импорта-экспорта бытовых холодильников проводить по следующей схеме:

- по классификатору кодов ТН ВЭД определить десятизначный код по импорту-экспорту бытовых холодильников;

- использовать базу данных Таможенной службы РФ и выгрузить из нее данные в формате Excel для последующей обработки за период 2018-2020 гг.;

- провести анализ данных в стоимостной оценке по импорту и экспорту бытовых холодильников, составив и заполнив соответствующие таблицы и комментарий к ним.

- описать перспективы развития рынка бытовых холодильников.

- особо уделить внимание локализации производства бытовой холодильной техники в России.

Использовать графический метод представления информации.

Сформулировать выводы о текущих тенденциях производства, импорта-экспорта бытовых холодильников.

Кейс 8. «Фокус-группа по продуктам быстрого приготовления»

Производитель продуктов быстрого приготовления предполагает провести фокус-группу для определения продуктовых характеристик лапши быстрого приготовления, влияющих на конкурентоспособность торговой марки. Параметры:

Время проведения фокус-группы – 3 часа

Количество участников – 20 человек

Выборка: в фокус-группе принимают участие мужчины и женщины следующих возрастных групп:

Таблица 9

Распределение возрастных групп респондентов

Возраст	Количество
22-25	4 человека
26-28	4 человека
29-34	6 человек
35-45	6 человек

Уровень дохода:

1-я фокусная группа: уровень дохода – ниже среднего;

2-я фокус-группа: уровень дохода – средний.

Участники фокус-группы должны лично покупать изделия быстрого приготовления не менее 2 -х раз в месяц.

Задача: подготовить сценарий (гайд) для фокус-группы.

Структура сценария на фокус-группу выглядит следующим образом:

- Введение в беседу. Знакомство участников группы между собой, перед респондентами обозначается цель обсуждения;

- Подготовка. Респондентам задаются простые вопросы (стиль жизни, общие вопросы о товарной категории), которые настраивают участников на предстоящий обмен опытом и вовлечение в обсуждение. На этом этапе задачей модератора является создание в фокус-группе доверительной атмосферы;

- Углублённые вопросы. В зависимости от специфики поставленных целей, обсуждение можно разделить на два типа:

1) Прямая воронка — модератор плавно подводит участников фокус-группы к центральным вопросам дискуссии, в то время как сами вопросы становятся гораздо более конкретными и направленными.

2) Обратная воронка – модератор вначале выставляет группе конкретное позиционирующее утверждение, после чего обсуждение выходит на смежные темы, расширяя рамки дискуссии;

- Заключение, благодарим участников. Дискуссия плавно подходит к естественному завершению, модератор закрывает список вопросов и благодарит участников за уделенное ими время.

Пример сценария приведен ниже:

1. Вступление

- Представление модератора, объяснение целей исследования, правил: честные ответы, нет «правильных» или «неправильных» ответов.

- Мы представляем независимую исследовательскую компанию и надеемся, что ответы будут честными и искренними.

- Все сказанное – конфиденциально.

- С целью дальнейшего анализа дискуссии ведется видеозапись беседы. Данная запись не может быть передана третьим лицам без вашего согласия и будет использоваться для внутреннего пользования.

- Просим отключить мобильные телефоны.

2. Разогрев.

1. Давайте познакомимся. Пожалуйста, представьтесь. Имя, возраст, кем работаете, семья.

3. Обсуждение любимого продукта.

Вы делали домашнее задание, в котором были вопросы о вашем любимом продукте.

Сейчас мы поговорим именно об этом вашем любимом продукте.

2. Можете вспомнить, где и в какой ситуации вы его купили? Что послужило стимулом для этой покупки? Как часто вы пользуетесь своим любимым продуктом?

3. Подберите несколько прилагательных, описывающих ваш любимый продукт.

МОДЕРАТОР! *Не менее трех прилагательных от каждого респондента.*

4. Назовите главное достоинство вашего любимого продукта. Почему это важно для вас?

МОДЕРАТОР: *Выписать на флипчарт*

4. Характеристики продукта.

Вопросы о весе продукта

5. Удобен ли для вас вес продукта? Хотелось бы, чтобы он был легче, но сохранил при этом те достоинства, о которых вы говорили?

6. Когда мы понимаем, что продукт слишком тяжелый? Бывает ли слишком легкий продукт? О чем нам это говорит?

7. Учитываете ли вы вес, когда покупаете продукт?

Вопросы о материале продукта

8. Какие материалы продукта вам известны? Какие из них лучше, какие хуже? Почему?

9. Какой материал у вашего продукта? Он вам нравится?

10. Можете сравнить его с другими материалами? В чем разница? В чем преимущества? В чем недостатки?

11. Как вы относитесь к разным цветам материала?

12. Как вы отнесетесь к золотистым или серебристым цветам? К узорам?

5. Идеальный продукт.

13. Возьмите, пожалуйста, лист бумаги и напишите на нем как можно больше (не менее пяти) характеристик идеального продукта.

14. Где должен быть произведен идеальный продукт? В какой стране?

15. Может ли идеальный продукт быть российского производства? Какую страну производителя вы бы предпочли?

16. Сколько стоит, с вашей точки зрения, идеальный для вас продукт?

17. А сколько стоит обычный, качественный продукт?

МОДЕРАТОР! *Получить ответ от каждого респондента*.

18. Куда бы вы пошли за идеальным продуктом?

6. Покупательское поведение.

19. Как вы будете искать замену вашему любимому продукту?

20. Какой продукт вы не купите ни за что? Почему?

21. Куда вы пойдете, чтобы купить новый продукт?

Посещение точки продаж:

22. Чем он мог бы привлечь вас, например, на полке магазина?

23. Будете ли вы собирать информацию, интересоваться, какие продукты сейчас существуют или просто пойдете в магазин и выберите из того, что предложено на прилавках? Или закажите через интернет?

24. Какую информацию и где вы будете читать о продукте?

25. На что вы будете обращать внимание при покупке прежде всего? Для вас важнее внешний вид или удобство?

26. Какие сопутствующие товары вы хотели бы видеть, продаваемыми вместе со продуктом? А что хотелось бы получить в подарок?

27. Какую сумму не жалко заплатить за очень хороший продукт, отвечающий всем вашим требованиям?

Благодарность респондентам, завершение дискуссии.

Критерии оценивания кейс-заданий

Результат	Балл
Демонстрирует умения по поиску, сбору, обработке и анализу маркетинговой информации для решения поставленных задач. Используются современные информационные технологии и демонстрируется владение методами обработки больших данных для получения обоснованных и достоверных результатов в рамках проведенного маркетингового исследования	90-100
Демонстрирует умения по поиску, сбору, обработке маркетинговой информации для решения поставленных задач. Есть трудности с проведением анализа полученной информации. Используются современные информационные технологии и применяются методы обработки больших данных для получения обоснованных и достоверных результатов в рамках проведенного маркетингового исследования	80-89
Демонстрирует умения по поиску, сбору, обработке и анализу маркетинговой информации для решения поставленных задач. Используются современные информационные технологии. Сформулированы соответствующие выводы.	70-79
Демонстрирует умения по поиску и сбору маркетинговой информации для решения поставленных задач. Имеются трудности в обработке и анализе полученной в ходе исследования информации. Выводы сформулированы, но не обоснованы полученными результатами	60-69
Демонстрирует умения по поиску и сбору маркетинговой информации для решения поставленных задач. Не решены задачи в полной объеме. Нет анализа данных и сформулированных выводов.	Менее 60

2.2Фонд оценочных средств и шкала оценивания для промежуточного контроля

2.2.1. Фонд оценочных средств для проверки знаний и умений (вопросы к зачету)

1. Сущность маркетинга, его цели и задачи.
2. Основные принципы, виды и типы маркетинга.
3. Процесс принятия маркетингового решения.
4. Концепции маркетинга и их особенности.
5. Субъекты маркетинговой деятельности.
6. Маркетинговая среда фирмы и ее факторы.
7. Диагностика конкурентной среды в системе маркетинга
8. Цели и задачи маркетингового исследования. Методы маркетингового

исследования.

9. Основные направления маркетинговых исследований.
10. Процесс маркетингового исследования и его основные этапы.
11. Бенчмаркинг как вид маркетинговых исследований.
12. Маркетинговая информация: ее характеристика и классификация. Особенности и источники вторичной маркетинговой информации.
13. Первичная маркетинговая информация и методы ее сбора.
14. Экономическая сущность рынка и его основные функции.
15. Емкость рынка и источники ее формирования.
16. Общая характеристика конъюнктуры рынка.
17. Конъюнктурообразующие факторы и их классификация.
18. Основные показатели оценки конъюнктуры рынка.
19. Цели, задачи, виды и методы прогнозирования рынка.
20. Методика конъюнктурного исследования и прогнозирования рынка.
21. Понятие потребительского рынка. Модель поведения покупателей на потребительском рынке.
22. Рынок товаров производственного назначения. Поведение потребителей на рынках товаров производственного назначения.
23. Сущность сегментирования. Принципы сегментирования. Уровни сегментирования.
24. Методы сегментирования.
25. Выбор целевых сегментов рынка.
26. Позиционирование товара на рынке.
27. Сущность маркетинговой стратегии и методологический подход к ее разработке.
28. Система маркетинговых стратегий.
29. Управленческие решения в стратегии маркетинга.
30. Информация как основа принятия маркетинговых решений.
31. Планирование маркетинга и разработка маркетинговой программы. Планирование бюджета маркетинга.
32. Маркетинговый контроль.
33. Применение основных информационных технологий и программных средств в маркетинговой деятельности.
34. Инструменты сбора, обработки и анализа данных маркетингового исследования.
35. Основные направления интеллектуального анализа данных
36. Возможности интеллектуального анализа данных в интересах повышения управляющих решений в маркетинге.
37. Характеристики основных инструментов интеллектуального анализа

данных.

38. Российская практика управления крупными массивами данных для получения качественно новой информации при проведении маркетингового исследования.
39. Современные технологии управления крупными массивами данных в России.
40. Мировая практика применения технологий управления крупными массивами данных в маркетинге.
41. Роль информационных технологий в процессе проведения маркетингового исследования.
42. Цифровизация в маркетинговой деятельности.
43. Комплексные маркетинговые исследования для полного информационного обеспечения процесса поэтапной разработки стратегии предприятия.
44. Применение современных информационных технологий и программных средств при проведении маркетинговых исследований.
45. Сущность интеллектуального анализа данных в маркетинге.
46. Концепции интеллектуального анализа данных
47. Методы интеллектуального анализа.
48. Инструментальные средства анализа данных.
49. Информационное обеспечение принятия маркетинговых решений.
50. Основные этапы интеллектуального анализа баз данных.
51. Сущность программного обеспечения интеллектуального анализа данных в маркетинге. Основные программные продукты.
52. Data Mining. Технологии Data Mining.
53. Прикладное программное обеспечение Data Mining и его применение для решения маркетинговых задач.

2.2.2. Фонд оценочных средств для проверки сформированности навыков (задачи к зачету)

Задача 1. Восстановите последовательность действий по определению целей и задач маркетинговых исследований на рис. 1, используя следующий перечень действий:

1) планирование, реализация и контроль кабинетных методов сбора информации;
2) управление процессом маркетингового исследования;
3) анализ результатов исследования;
4) получение эксклюзивной информации для решения нестандартных проблем;
5) система маркетинговых исследований;
6) управление процессом сбора информации;
7) постановка проблемы, целей и задач маркетингового исследования;

8) получение информации для разработки стратегических и тактических решений фирмы, проверки выполнения решений;

9) система обработки и анализа информации;

10) предложение информации, необходимой для принятия управленческих решений;

11) планирование, реализация и контроль проведения исследования;

12) планирование, реализация и контроль полевого сбора информации.

Какие действия из перечня не были использованы в схеме и почему?

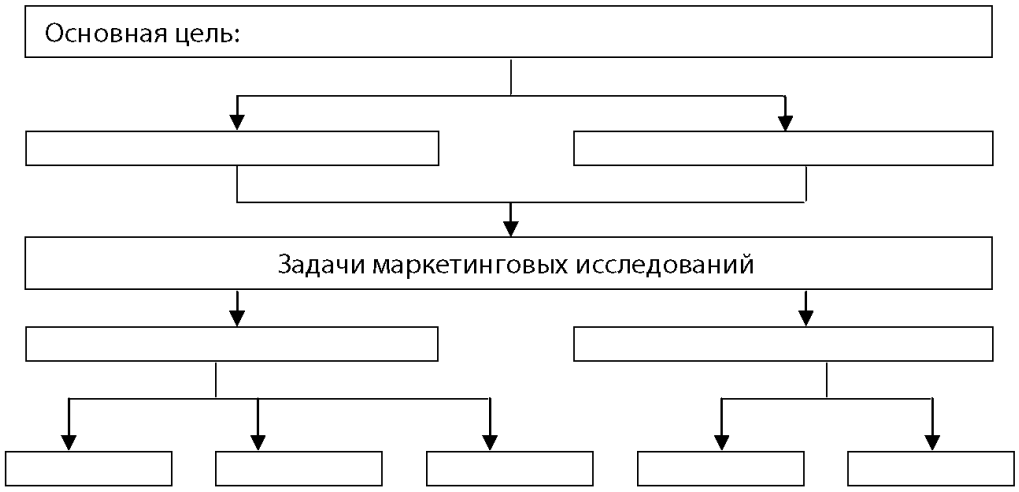


Рис.1. Цели и задачи маркетингового исследования

Задача 2. Определите последовательность действий по постановке задач маркетингового исследования:

1) определение целей исследования (для получения какой информации проводится исследование);

2) формирование рабочей гипотезы;

3) выбор метода исследования; 4) определение проблемы, для решения которой требуется информация;

5) определение объекта (носителя проблемы) и предмета исследования (часть объекта или свойства, которые задействованы в появлении проблемы);

6) выбор системы обработки и анализа информации;

7) определение задач исследования — структуры информации, необходимой для решения проблемы, и требований к ней;

8) проведение измерения показателей;

9) оформление отчета.

Какие из этапов лишние?

Задача 3. Определите последовательность действий при сегментировании рынка, являющемся одним из наиболее значимых маркетинговых исследований:

1) выбор метода сегментирования: метод последовательных группировок

или метод многомерной классификации;

2) формулировка потребностей потребителей, на удовлетворение которых нацелена деятельность предприятия;

3) планирование, организация и контроль процесса сегментирования;

4) составление профиля сегмента — совокупность специфических параметров продукта, привлекательных для данного сегмента, для маркетинговых действий, на которые реагирует потребитель;

5) оценка привлекательности сегмента;

6) составление отчета о результатах сегментирования;

7) деление потребителей на сегменты;

8) выявление и формализация особенностей потребителей, проявляющихся в специфическом спросе или поведении;

9) выбор атрибута позиционирования.

Какие элементы были не задействованы при определении порядка действий? Почему?

Задача 4. Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования поведения потребителей свежей зелени и салатов с пророщенным зернами.

Цель исследования: изучить характеристики целевой аудитории потребителей свежей зелени и салатов и присущие им предпочтения.

Задача 5. Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования по изучению конкуренции на рынке производителей бытовой холодильной техники, выявлению основных конкурентов на мировом и российском рынках.

Задача 6. Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования рынка соков и сокосодержащих напитков.

Цель исследования: выявление глубинных мотивов покупки, ситуаций потребления, определение достоинств и недостатков соков и сокосодержащих напитков, существующих на рынке, тестирование нового продукта с целью выявления отношения к нему потребителей, отношений потребителей к упаковке, цене и т.д., тестирование названий продукта и выбор оптимального варианта.

Задача 7. Разработайте техническое задание на проведение маркетингового исследования рынка автосервисных услуг.

Цель исследования: выявить потребность в услугах автосервиса легковых автомобилей и емкость рынка автосервисных услуг в г. Казани.

Задача 8.

В Приложении 3 представлена форма бизнес-плана в соответствии с требованиями Приказа Минэкономразвития РФ от 23 марта 2006 г. N 75 «Об

утверждении форм бизнес-планов, представляемых для заключения (изменения) соглашений о ведении промышленно-производственной (технико-внедренческой) деятельности, критериев отбора банков и иных кредитных организаций для подготовки заключения на бизнес-планы, критериев оценки бизнес-планов, проводимой Экспертным советом по технико-внедренческим особым экономическим зонам» (с изменениями и дополнениями). [1]

Требуется разработать техническое задание на проведение маркетингового исследования рынка углеродных волокон.

Критерии оценки уровня усвоения знаний, умений и навыков по результатам зачета

Характеристика ответа	Европейская оценка	Рубежные баллы	Оценка	Уровень сформированности
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, проявляющаяся в свободном ориентировании понятиями, умении выделить существенные и несущественные его признаки, причинно-следственные связи. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Ответ формулируется в терминах науки, изложен литературным языком, логичен, доказателен, демонстрирует авторскую позицию студента. При ответе на вопрос студент демонстрирует применение знаний к реальным профессиональным ситуациям, объясняет решение задачи на уровне анализа, синтеза и дает свою оценку решения проблемы. Причем студент не затрудняется с ответом при видоизменении задания и правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач.	**A**	**100-96**	**зачтено**	**Повышенный уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на	**A**	**95-91**	**зачтено**	

[1] Приложение N 1. Форма бизнес-плана, представляемого для заключения (изменения) соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности

поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний об объекте, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Знание об объекте демонстрируется на фоне понимания его в системе данной науки и междисциплинарных связей. Умеет тесно увязывать теорию с практикой. Задача решена правильно и с обоснованием принятого решения. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. Могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.				
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, доказательно раскрыты основные положения темы; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, теорий, явлений. Задача решена верно, правильно обосновывает принятую методику решения задачи. Ответ изложен литературным языком в терминах науки. В ответе допущены недочеты, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**A**	**90-86**	**зачтено**	
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен литературным языком в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Могут быть допущены недочеты или незначительные ошибки, исправленные студентом с помощью преподавателя.	**B**	**85-81**	**зачтено**	**Базовый уровень сформированности компетенций**
Дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показано умение выделить существенные и несущественные	**C**	**80-76**	**зачтено**	

признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Студент владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. Ответы на дополнительные вопросы логичны, изложены в терминах науки, однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью "наводящих" вопросов преподавателя.				
Студент демонстрирует достаточные теоретические и практические знания. Дан полный, но недостаточно последовательный ответ на поставленный вопрос, но при этом показано умение выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Ответ логичен и изложен в терминах науки. Могут быть допущены 1-2 ошибки в определении основных понятий или решении практической задачи, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.	**C**	**75-71**	**зачтено**	
Дан недостаточно полный и развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции. Студент испытывает затруднения при выполнении практической задачи и не может связать теорию с практикой.	**D**	**70-66**	**зачтено**	**Пороговый уровень сформированности компетенций**
Дан неполный ответ, логика и последовательность изложения имеют существенные нарушения. Допущены грубые ошибки при определении сущности раскрываемых понятий, теорий, явлений, вследствие непонимания студентом их	**E**	**65-61**	**зачтено**	

существенных и несущественных признаков и связей. В ответе отсутствуют выводы. Умение раскрыть конкретные проявления обобщенных знаний не показано. Испытывает затруднения при выполнении практических задач. Речевое оформление требует поправок, коррекции.				
Дан неполный ответ. Присутствует нелогичность изложения. Студент затрудняется с доказательностью. Масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений. В ответе отсутствуют выводы. Речь неграмотна. При ответе на дополнительные вопросы студент начинает понимать связь между знаниями только после подсказки преподавателя	**E**	**60**	**зачтено**	
Студент испытывает значительные трудности в ответе на вопросы. Присутствует масса существенных ошибок в определениях терминов, понятий, характеристике фактов, явлений экономической теории. Речь неграмотна. На дополнительные вопросы студент не отвечает. Задача не решена	**F**	**Менее 60**	**Не зачтено**	**Компетенции не сформированы**

Приложение 3

Данные об импорте охлажденной форели за 2019 год

Страна	**Период**	**Стоимость, тыс. долл.**	**Вес, тонн**	**Федеральный округ**	**Субъект РФ**
AM - АРМЕНИЯ	07 2019	212,46	30,58	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	10 2019	31,64	5,46	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	10 2019	81,69	16	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	09 2019	5362,99	781,94	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	06 2019	0,6	0,1	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	10 2019	1705,52	289,11	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	03 2019	43,02	6,25	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	06 2019	119,39	19,53	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	09 2019	51,52	7,77	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	01 2019	9,74	1,92	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	02 2019	1,03	0,12	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	75000 - ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	07 2019	177,05	26,25	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	06 2019	4,96	0,99	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
					ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	01 2019	1055,88	145,09	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	05 2019	306,1	45,82	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	09 2019	459	69,73	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	08 2019	84,01	15,19	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	05 2019	6,58	1,34	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	07 2019	276,52	48	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	07 2019	78,55	12,8	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	11 2019	40,55	7,94	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	08 2019	504,28	70,08	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	05 2019	110,66	17,39	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	05 2019	1952,3	263,45	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	09 2019	169,9	23,3	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CN - КИТАЙ	12 2019	447,71	70,87	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
PE - ПЕРУ	04 2019	875,24	142,43	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	01 2019	115,09	17,14	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	06 2019	1392,34	186,52	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
PE - ПЕРУ	02 2019	106,6	17,07	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	06 2019	1327,9	236,25	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	03 2019	102,26	17,85	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	12 2019	484,06	79,89	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	10 2019	1009	139,24	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	09 2019	287,81	44,76	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	09 2019	27,05	7	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	03 2019	139,61	19,96	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	07 2019	296,62	45,27	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CL - ЧИЛИ	12 2019	431,72	69,4	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	09 2019	310,55	45,76	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CN - КИТАЙ	11 2019	609,78	94,33	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	01 2019	25,13	3,56	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2019	364,21	55,1	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	10 2019	2285,36	346,93	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	11 2019	424,86	67,45	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	06 2019	175,5	23,44	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	01 2019	460,24	65,22	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CN - КИТАЙ	07 2019	145,2	22,58	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2019	137,62	23,02	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	22000 - НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	10 2019	5373,66	781,97	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CN - КИТАЙ	06 2019	303,75	46,22	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
AM - АРМЕНИЯ	02 2019	10,61	2,04	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	09 2019	765	112,5	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	04 2019	457,98	68,69	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
PE - ПЕРУ	01 2019	1619,2	288,99	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	08 2019	540,98	100,22	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	10 2019	85,9	15,11	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
PE - ПЕРУ	04 2019	246,09	39,3	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	10 2019	111,43	18,56	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	09 2019	332,97	46,62	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	12 2019	1763,48	271,12	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
IR - ИРАН (ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА)	02 2019	106,49	16,83	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	04 2019	30,02	5	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
					ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	06 2019	94,66	16	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	12 2019	0,24	0,04	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	65000 - СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	03 2019	1202,32	162,68	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	07 2019	334,8	46,26	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	06 2019	68,38	10,73	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	07 2019	267,7	47,25	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
IR - ИРАН (ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА)	08 2019	104,01	18,35	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	02 2019	129,22	18,3	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2019	178,91	28,19	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	01 2019	855,03	115,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	02 2019	167,72	23,18	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	12 2019	1207	181,67	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CN - КИТАЙ	10 2019	155,24	23,44	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	08 2019	9,9	1,5	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	10 2019	2402,24	378,53	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	07 2019	14,28	4,65	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	04 2019	170,08	23,18	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	05 2019	345,3	45	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
PE - ПЕРУ	09 2019	1364,44	264,32	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	11 2019	1253,71	204,67	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	01 2019	117,95	20,83	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	06 2019	1011,34	140,24	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	03 2019	336,19	59,08	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	07 2019	429,84	68,84	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
TR - ТУРЦИЯ	09 2019	2934,62	470,95	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	11 2019	1404,63	217,35	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	09 2019	736,89	147	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	01 2019	953,58	133,83	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	02 2019	636,69	119,06	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	07 2019	72,18	11,55	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	03 2019	0,61	0,06	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	75000 - ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	02 2019	59,52	19,2	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	05 2019	1419,54	185,37	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	08 2019	157,46	22,48	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	11 2019	144,9	23,14	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	09 2019	85,86	15,65	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	01 2019	0,8	0,09	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	75000 - ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CL - ЧИЛИ	04 2019	175,82	23,51	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	08 2019	444,52	65,45	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
GE - ГРУЗИЯ	12 2019	105,2	18,29	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	09 2019	51,29	8,28	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	10 2019	223,15	35,7	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	12 2019	399,15	60	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	12 2019	11,03	2	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	09 2019	172,86	23,18	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	11 2019	932,52	139,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	02 2019	52,34	7,33	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	10 2019	554,23	81,81	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	03 2019	1515,68	210,07	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	11 2019	5244,28	783,52	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
PE - ПЕРУ	12 2019	126,77	20,56	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	04 2019	481,49	78,58	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	08 2019	187,98	32,32	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	12 2019	62,16	16	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	04 2019	859,03	117,04	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	08 2019	267,47	40,77	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	02 2019	681,9	93,12	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	10 2019	308	46,22	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
KZ - КАЗАХСТАН	12 2019	23,51	5	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	50000 - НОВОСИБИРСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	05 2019	253,02	39	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	06 2019	1231,21	202,79	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	05 2019	359,88	47,12	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
KG - КЫРГЫЗСТАН	12 2019	276,02	65,47	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
TR - ТУРЦИЯ	03 2019	126,29	19,7	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	07 2019	1352,2	231,28	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	04 2019	406,15	69,8	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	10 2019	11,54	3,71	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	03 2019	174,7	23,51	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
PE - ПЕРУ	12 2019	247,55	40,24	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	08 2019	566,33	84,03	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	12 2019	125,06	21,46	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	12 2019	132,4	36	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	36000 - САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	07 2019	3501,16	486,56	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	10 2019	58,84	14,4	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	01 2019	204,98	34,65	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	11 2019	23,04	8,59	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CL - ЧИЛИ	03 2019	521,48	70,85	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2019	240,24	34,91	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	05 2019	2904,77	396,67	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	08 2019	153,53	24,61	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
IR - ИРАН (ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА)	09 2019	0,66	0,09	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	02 2019	738,3	118,12	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	11 2019	64,81	18	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	36000 - САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	04 2019	342,23	45	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	04 2019	529	69,5	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	07 2019	461,46	67,77	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
PE - ПЕРУ	11 2019	125,41	20,08	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	11 2019	118,28	19,04	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	02 2019	1300,36	180,78	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
					ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2019	110,71	17,85	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	02 2019	1336,17	187,2	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	04 2019	1363,87	185,2	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	10 2019	143,82	22,42	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2019	368,49	57,75	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	03 2019	730,6	140,58	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	08 2019	899,36	156,8	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	03 2019	151,88	22,89	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
KG - КЫРГЫЗСТАН	11 2019	92,64	21,02	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	12 2019	45,97	17,01	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	12 2019	48,66	9,21	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	08 2019	101,26	15,22	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
TR - ТУРЦИЯ	11 2019	589,86	88,36	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	11 2019	161,86	23,3	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
KG - КЫРГЫЗСТАН	05 2019	53,43	8	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	12 2019	122,54	24,98	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
IR - ИРАН (ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА)	05 2019	1,14	0,22	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	05 2019	1446,57	244,21	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	07 2019	172,12	23,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	08 2019	522,59	69,52	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
IR - ИРАН (ИСЛАМСКАЯ РЕСПУБЛИКА)	03 2019	15,27	3,15	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	07 2019	105,46	17,78	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	08 2019	559,99	104,5	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
PE - ПЕРУ	03 2019	128,7	20,69	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	06 2019	877,64	131,33	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
TR - ТУРЦИЯ	11 2019	670,53	104,53	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	05 2019	173,56	23,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	08 2019	155,18	23,17	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
AM - АРМЕНИЯ	03 2019	10,46	2,13	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	11 2019	14,58	2,74	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	12 2019	686,09	111,68	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2019	389,02	61,36	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	08 2019	129,34	19	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Данные об импорте охлажденной форели за 2020 год

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CL - ЧИЛИ	09 2020	909,06	162,27	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	11 2020	48,11	7,29	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	32000 - КЕМЕРОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CN - КИТАЙ	08 2020	872,13	138,41	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	12 2020	136,31	32,34	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	02 2020	83,86	14,68	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	06 2020	142,12	23,32	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	12 2020	1299,85	232,68	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	02 2020	135,35	36	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	36000 - САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ
GE - ГРУЗИЯ	05 2020	153,82	22,7	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	10 2020	1003,21	165,49	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CN - КИТАЙ	07 2020	570,38	94,03	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	01 2020	405,24	64,05	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	03 2020	1801,92	270,55	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	04 2020	1591,42	263,13	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	12 2020	88,88	18	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
KG - КЫРГЫЗСТАН	09 2020	159,04	38,35	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	11 2020	142,76	22,63	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	03 2020	83,28	14,26	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	05 2020	95,03	18,98	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	05 2020	33,17	7,16	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	10 2020	804,93	140,21	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2020	296,84	57,61	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	06 2020	109,59	23,23	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	05 2020	0,76	0,2	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	03 2020	955,66	160,36	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	12 2020	0,1	0,02	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	65000 - СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	12 2020	71,83	18,04	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	02 2020	30,92	7,71	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	03 2020	0,25	0,07	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	65000 - СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	04 2020	67,86	15,54	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
TR - ТУРЦИЯ	04 2020	122,42	21,01	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	05 2020	67,32	16	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	01 2020	424,24	68,06	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	09 2020	519,08	92,32	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	09 2020	433,77	98,77	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	07 2020	32,08	6,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	04 2020	1,89	0,39	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	05 2020	125,29	20,82	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	12 2020	847,28	141,94	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CN - КИТАЙ	08 2020	144,01	23,85	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	11 2020	384,06	70,07	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2020	176,07	34,67	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
KG - КЫРГЫЗСТАН	01 2020	1,67	0,33	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	05 2020	1503,49	219,81	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	08 2020	148,5	23,18	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	02 2020	967,75	149,92	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	11 2020	1026,97	186,57	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	10 2020	62,9	15,07	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	02 2020	599,03	92,96	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	10 2020	2210,01	443,67	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	255,24	44,01	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
GE - ГРУЗИЯ	11 2020	261,29	56,21	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	01 2020	12,44	1,99	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	09 2020	86,97	18,89	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
BY - БЕЛАРУСЬ	09 2020	163,68	29	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	04 2020	138,77	21,71	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	07 2020	197,05	39,35	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	03 2020	103,85	17,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	07 2020	1991,78	467,79	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	08 2020	715,59	117,92	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	08 2020	61,25	11,49	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	11 2020	30	7,31	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	12 2020	136,52	22,95	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	02 2020	6,76	1,42	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	11 2020	133,7	23,45	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	10 2020	382,13	69,25	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
KG - КЫРГЫЗСТАН	08 2020	116,7	26,44	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	02 2020	0,42	0,11	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	65000 - СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KG - КЫРГЫЗСТАН	02 2020	35,93	7,57	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	03 2020	4,08	0,94	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	09 2020	1653,48	371,11	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	06 2020	1,56	0,4	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	11 2020	438,1	86,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	09 2020	2,14	0,46	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	02 2020	73,47	11,61	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	01 2020	290,36	46,67	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	3743,93	751,26	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	09 2020	575,3	93,68	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
KG - КЫРГЫЗСТАН	04 2020	25,44	5,2	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
GE - ГРУЗИЯ	12 2020	101,3	19,98	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	10 2020	73,65	14,29	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
PE - ПЕРУ	06 2020	173,15	32,5	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	05 2020	60,29	12,29	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	12 2020	283,44	47,65	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	06 2020	275,95	64,33	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	09 2020	1948,07	383,75	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	08 2020	887,43	176,7	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	06 2020	201,94	37,92	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	08 2020	244,97	29,61	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	200,2	39,42	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	09 2020	124,89	14,6	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙ-

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
					СКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	10 2020	231,32	45,42	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	01 2020	247,06	35,96	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	11 2020	424,3	70,75	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
PE - ПЕРУ	04 2020	261,67	47,56	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	09 2020	815,34	139,01	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	05 2020	27,89	5,74	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	07 2020	129,17	14,66	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	02 2020	1064,07	184,89	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	08 2020	413,74	69,6	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	05 2020	149,17	23,32	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	04 2020	55,25	8,01	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	10 2020	144,21	23,54	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
TR - ТУРЦИЯ	10 2020	251,39	43,34	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
AM - АРМЕНИЯ	08 2020	515,72	111,37	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	04 2020	4050,78	576,09	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	03 2020	1305,38	203,6	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	03 2020	40,96	10,66	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	12 2020	733,76	121,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	08 2020	306,59	62,28	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	06 2020	166,16	23,06	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	22000 - НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	11 2020	283,26	55,27	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	02 2020	275,25	43,84	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CL - ЧИЛИ	01 2020	1191,79	190,1	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	11 2020	151,99	33,01	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	06 2020	331,1	44,19	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CL - ЧИЛИ	05 2020	334,4	43,78	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	12 2020	258,24	46,97	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	11 2020	108,13	13,79	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	07 2020	83	16,41	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	04 2020	169,17	41,4	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	07 2020	239,46	44,94	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	05 2020	4702,46	649,11	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	02 2020	449,22	70,14	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
CL - ЧИЛИ	10 2020	150,75	23,34	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	22000 - НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	06 2020	329,62	44,41	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
PE - ПЕРУ	03 2020	202,3	32,97	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	10 2020	418,21	98,7	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	193,59	39,27	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
AM - АРМЕНИЯ	04 2020	104,2	20,85	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	01 2020	159,75	23,3	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	100,8	20,62	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	61000 - РЯЗАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	10 2020	3367,89	704,78	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	01 2020	6,28	1,23	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	06 2020	1049,76	203,53	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	11 2020	542,63	89,75	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	08 2020	1297,31	277,69	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	02 2020	89,39	18,41	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	6153,13	1274,8	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	01 2020	137,47	36	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	36000 - САМАРСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	06 2020	596,29	87,47	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	09 2020	64,26	15,7	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
CL - ЧИЛИ	04 2020	734,14	105,49	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	06 2020	106,4	18,92	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	06 2020	38,24	7,47	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	07 2020	101,86	23,06	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	74,84	13,86	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	27000 - КАЛИНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
TR - ТУРЦИЯ	02 2020	634,33	103,34	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	12 2020	36,98	6,68	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
GE - ГРУЗИЯ	10 2020	517,91	108,15	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
AM - АРМЕНИЯ	08 2020	6,47	1,41	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	05 2020	1069,68	196,29	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	10 2020	348,52	59,27	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	10 2020	149,62	23,03	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	41000 - ЛЕНИНГРАДСКАЯ ОБЛАСТЬ
AM - АРМЕНИЯ	07 2020	439,56	96,36	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
AM - АРМЕНИЯ	01 2020	0,12	0,03	05-УРАЛЬСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	65000 - СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	07 2020	591,16	92,48	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
CN - КИТАЙ	09 2020	144,21	23,49	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	29000 - КАЛУЖСКАЯ ОБЛАСТЬ
CL - ЧИЛИ	08 2020	146,25	23,34	04-ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	22000 - НИЖЕГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	01 2020	447,55	70,31	07-ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	05000 - ПРИМОРСКИЙ КРАЙ
TR - ТУРЦИЯ	11 2020	7008,57	1465,02	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	11 2020	2016,91	404,45	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	06 2020	848,93	217,26	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
TR - ТУРЦИЯ	01 2020	677,3	112,64	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KG - КЫРГЫЗСТАН	03 2020	45,81	11,21	06-СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	52000 - ОМСКАЯ ОБЛАСТЬ
CN - КИТАЙ	01 2020	279,72	44,53	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Данные об экспорте охлажденной форели за 2019 год

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
BY - БЕЛАРУСЬ	12 2019	1,38	0,18	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KZ - КАЗАХСТАН	02 2019	0,24	0,03	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	02 2019	6,2	0,82	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	03 2019	0,46	0,06	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	09 2019	1,05	0,14	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KZ - КАЗАХСТАН	08 2019	2,34	0,5	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	12000 - АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
KZ - КАЗАХСТАН	03 2019	1,71	0,2	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	04 2019	2,09	0,28	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	66000 - СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	05 2019	2,99	0,3	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
BY - БЕЛАРУСЬ	03 2019	48,59	7,18	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	86000 - РЕСПУБЛИКА КАРЕЛИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	07 2019	0,89	0,13	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KZ - КАЗАХСТАН	09 2019	0,03	0	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	12000 - АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	10 2019	29,56	5,7	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	06 2019	3,84	0,54	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
					ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KZ - КАЗАХСТАН	11 2019	0,34	2	08-СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	82000 - РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН
UA - УКРАИНА	01 2019	6,81	0,7	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
KG - КЫРГЫЗСТАН	06 2019	2,23	0,5	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	10 2019	4,52	0,51	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
UA - УКРАИНА	07 2019	2,29	0,24	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
BY - БЕЛАРУСЬ	01 2019	0,81	0,1	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	66000 - СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
JP - ЯПОНИЯ	12 2019	100,75	14,83	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	47000 - МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	11 2019	43,29	5,54	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	10 2019	8,21	0,88	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	03 2019	7,6	0,75	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	05 2019	14,7	1,88	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	07 2019	15,44	1,95	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	08 2019	0,73	0,1	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	06 2019	1,24	0,2	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	04 2019	0,36	0,06	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
UA - УКРАИНА	04 2019	3,97	0,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	12 2019	85,18	9,5	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	03 2019	0,1	0,02	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	66000 - СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
KZ - КАЗАХСТАН	10 2019	2,35	0,5	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	12000 - АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	08 2019	22,88	3,01	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	09 2019	9,44	1,37	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	10 2019	45,29	5,62	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	11 2019	0,22	0,02	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	08 2019	3,93	0,44	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
UA - УКРАИНА	12 2019	54,76	7,06	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KZ - КАЗАХСТАН	12 2019	1,96	0,4	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	12000 - АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	07 2019	4,48	0,5	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KZ - КАЗАХСТАН	04 2019	0,17	0,02	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	05 2019	0,53	0,16	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	03 2019	9,12	1,03	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
UA - УКРАИНА	04 2019	5,55	0,58	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
KZ - КАЗАХСТАН	04 2019	2,93	12	08-СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	82000 - РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН
KZ - КАЗАХСТАН	10 2019	5,59	32,5	08-СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	82000 - РЕСПУБЛИКА ДАГЕСТАН

Данные об экспорте форели за 2020 год

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
UA - УКРАИНА	12 2020	2,09	0,25	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
UA - УКРАИНА	07 2020	24,06	3,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	01 2020	30,22	3,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	08 2020	0,61	0,08	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
KZ - КАЗАХСТАН	06 2020	1,18	0,2	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	06 2020	51,16	6,91	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	06 2020	0,27	0,05	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	06 2020	8,86	1	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
UA - УКРАИНА	04 2020	6,99	0,92	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	12 2020	33,96	5,74	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	01 2020	3,13	0,35	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
UA - УКРАИНА	10 2020	1,26	0,15	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
UA - УКРАИНА	04 2020	16,94	2,1	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	12 2020	62,07	9,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	66000 - СМОЛЕНСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	12 2020	46,03	6,19	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
KZ - КАЗАХСТАН	10 2020	0,04	0	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	12000 - АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	06 2020	166,86	19,42	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	05 2020	42,2	4,95	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	10 2020	2,77	0,49	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
OS - ЮЖНАЯ ОСЕТИЯ	11 2020	0	0,01	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	11 2020	3,02	0,51	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	11 2020	37,17	4,86	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	01 2020	3,7	0,51	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	03 2020	23,4	3,25	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
KZ - КАЗАХСТАН	12 2020	1,78	0,3	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	03 2020	1,08	0,15	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
KZ - КАЗАХСТАН	01 2020	17,28	2,2	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	40000 - ГОРОД САНКТ-ПЕТЕРБУРГ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	02 2020	5,77	0,83	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	07 2020	0,21	0,03	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	08 2020	8,47	1	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
JP - ЯПОНИЯ	02 2020	0,11	0,04	02-СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	47000 - МУРМАНСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	10 2020	21,13	2,85	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	07 2020	17,27	1,97	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
BY - БЕЛАРУСЬ	10 2020	1,82	0,32	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	46000 - МОСКОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	08 2020	50,2	7,61	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	11 2020	3,9	0,46	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ
UA - УКРАИНА	11 2020	34,04	5,85	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
BY - БЕЛАРУСЬ	07 2020	0,2	0,04	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	03 2020	8,53	1	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	60000 - РОСТОВСКАЯ ОБЛАСТЬ
UA - УКРАИНА	09 2020	28,43	5,02	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ

Страна	Период	Стоимость, тыс. долл.	Вес, тонн	Федеральный округ	Субъект РФ
					ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	10 2020	55,81	9,47	01-ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	45000 - ГОРОД МОСКВА СТОЛИЦА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГОРОД ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ
UA - УКРАИНА	05 2020	1,58	0,2	03-ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ	03000 - КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ

Приложение 4

Руководство по подготовке Бизнес-плана от ФРП

БИЗНЕС-ПЛАН

1. РЕЗЮМЕ

- — Краткое описание проекта (1 страница)
- — Цель проекта.
- — Краткое описание предлагаемого к производству продукта проекта и этапа, на котором находится разработка. Выделение границ проекта, заявляемых как цель финансирования со стороны Фонда.
- — При условии, что программа финансирования предполагает специальное обоснование (потенциала импортозамещения, соответствия проекта наилучшим доступным технологиям, соответствия программе повышения производительности труда) – обоснование такого соответствия.
- — Основная информация по рынкам сбыта продукции проекта: емкость, динамика и
- — перспективы развития.
- — Краткое описание Заявителя и схемы реализации проекта.
- — Данные о компетенциях Заявителя и основных соисполнителей в проекте. Наличие
- — опыта работы в отрасли. Персонал, участвующий в проекте.
- — Общий бюджет проекта с выделением доли финансирования со стороны Фонда.
- — Схема и сроки участия Фонда в проекте.
- — Планируемые результаты работы

2. ИСТОРИЯ И ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ПРОЕКТА, ЕГО РАЗВИТИЕ

2.1. Предыдущие стадии проекта.

- — Основные этапы.
- — Инвесторы.
- — Исполнители.
- — Размер и структура понесенных затрат.
- — Результаты и права на них.

2.2. Описание проекта.

- — Описание продукта проекта и области его применения
- — Степень готовности продукта к выпуску (опыт производства/реализации продукта у
- — Заявителя)
- — Целевая аудитория и основные сегменты потребления
- — Описание региона реализации проекта
- — Описание общего технического уровня технологии и продукта проекта
- — Описание планируемых результатов.
- — Свойства и технические параметры, сравнение с аналогами, уникальность.
- — Примерная себестоимость и ее составляющие.
- — Модель получения дохода от продажи продукта/услуг

2.3. Дальнейшее развитие проекта.

- — Описание следующих стадий работ по проекту, включая закупку и наладку необходимого
- — оборудования, запуск продукции в серийное производство и выход на рынок
- — Предполагаемый объем продаж.

3. АНАЛИЗ РЫНКА ПРЕДЛАГАЕМОГО К РАЗРАБОТКЕ ПРОДУКТА ПРОЕКТА

3.1. Мировой рынок

- Общее описание рынка.
- Структура и тенденции развития рынка.
- Основные продукты - конкуренты.
- Основные технологии производства.
- Основные компании - конкуренты на рынке.
- Тенденции развития рынка и прогноз к концу проекта.

3.2. Российский рынок.

- Общее описание целевого рынка.
- Оценка объема рынка.
- Структура и тенденции рынка.
- Сравнительный анализ основных продуктов-конкурентов.
- Описание текущей и прогнозной доли рынка.
- Основные технологии производства.
- Основные компании - конкуренты на рынке, потенциал импортозамещения продукта и
- планируемая доля замещения импорта компанией.
- Описание целевой аудитории – потребителей продукта проекта.
- Тенденции развития рынка и прогноз к концу проекта.

4. ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ПРОЕКТА И ЭТАПЫ

4.1. Организационные задачи.

4.2. Научно-технические задачи.

- Основные технические проблемы и задачи.
- Пути решения, в т.ч. альтернативные. Обоснование предлагаемых научных методов
- и подходов, технологических основ.
- Оценка возможности решения научно-технических задач.
- Оценка сроков решения задач.
- Выделение и описание ОКР проекта, заявленных для финансирования за счет займа со стороны Фонда.

4.3. Патентно-правовые задачи.

- Описание текущей ситуации на рынке (ключевые патенты на рынке, основные
- направления патентования).
- Имеющиеся патенты (заявки). Авторы, правообладатели.
- Оценка патентной чистоты предполагаемых разработок. Патенты, использование
- которых предполагается в ходе реализации проекта.
- Охраноспособные решения, создание которых предполагается в ходе реализации
- проекта. Распределение прав на создаваемые объекты интеллектуальной собственности.
- Меры по охране объектов интеллектуальной собственности и информации.

4.4. Инфраструктурные задачи (обеспечение ресурсами).

- Ресурсы, привлекаемые для реализации проекта (с обоснованием).
- Анализ производственной площадки (достаточность, расположение,
- инфраструктура, коммуникации, изношенность, необходимые изменения).
- Анализ рынка ключевого сырья.

Раздел заполняется, если анализ мирового рынка уместен в рамках проекта.

- Лабораторное и аналитическое оборудование.
- Производственно-технологическое оборудование.
- Описание причин выбора иностранного оборудования (с обоснованием).
- Комплектующие.
- Другие требуемые нефинансовые ресурсы.
- Предложения по обеспечению ресурсами. План строительства/ ремонта/ поставок

4.5. Производственные задачи.

- Производственный план.
- Обеспечение комплектующими и сырьем. Портфель контрактов на закупку
- комплектующих и сырья.
- Обеспечение качества. Описание системы менеджмента качества.

4.6. Маркетинговая стратегия и задачи.

- Сравнительный конкурентный анализ продукта проекта
- Стратегия ценовой политики
- Стратегия дистрибуции продукта проекта
- Основные конкурентные преимущества продукта (соотношение цена/ качество)
- Стратегия развития продаж. Целевые показатели: объемы продаж по годам, по
- каналам и по рынкам сбыта). Указать на наличие договоренностей/соглашений с
- потенциальными потребителями.
- Стратегия продвижения на рынок. Стратегия конкурентной борьбы. Наличие барьеров
- при продвижении продукта и пути их прохождения.
- Задачи по реализации маркетинговой стратегии.
- Профиль коммерческих затрат.
- Информация о предварительно согласованных или гарантированных объемах закупок
- (портфель заказов)

4.7. Кадровые задачи.

- Существующая управляющая команда (краткие резюме основных менеджеров).
- Существующая команда разработчиков и ключевых специалистов. Опыт выполнения
- командой аналогичных работ, результаты данных работ.
- Структура управления.
- Необходимые кадровые ресурсы.
- План набора/обучения.

4.8. Описание основных этапов проекта.

- Календарный и сетевой график реализации проекта с указанием промежуточных
- результатов, достигаемых на каждом из этапов по каждой из задач.

- Взаимосвязь различных задач и результатов их решения.
- Ключевые точки контроля.

4.9. Система отчетности и контроля реализации проекта.

4.10. Система лицензирования (разрешительных процедур) в отношении технологии, выпуска продукта проекта, иных процедур.

- Перечень специальных разрешительных процедур, выполнение которых является
- обязательным в силу специфики проекта или его отдельных этапов,

- Перечень процедур, необходимых для сертификации продукта проекта,
- Наличие международных сертификатов на продукцию (в случае их необходимости в
- рамках проекта), оценка возможности их получения.
- Перечень процедур и планов их выполнения для получения лицензий и разрешений на
- производство продукта проекта,
- Нормативная база (перечень действующих нормативных актив, регулирующих
- деятельность в отрасли в части лицензирования, получения разрешений).

5. ФИНАНСОВЫЙ ПЛАН

5.1. Принятые исходные данные.

- Текущее финансовое состояние Заявителя.
- План производства/сбыта, динамика по годам;
- Профиль цен на товары/услуги, динамика по годам;
- Профиль производственных затрат, динамика по годам;

5.2. Профиль инвестиционных затрат по годам. Бюджет проекта (финансовый план)

- прогноз отчета о прибылях и убытках;
- прогноз отчета о движении денежных средств;
- баланс (или расчет основных балансовых показателей)
- бюджет капитальных вложений;
- дополнительные вспомогательные формы

5.3. Экономические показатели проекта:

- срок окупаемости проекта;
- NPV;
- IRR;
- профиль налоговых отчислений;
- прочие дополнительные показатели, в зависимости от специфики проекта.

5.4. Финансирование проекта:

- график финансирования проекта, включая заем со стороны Фонда;
- предполагаемые источники финансирования и их стоимость;
- график возврата займа Фонда и иных возвращаемых инвестиций.

5.5. Резюме по финансовому разделу проекта.

6. ОЦЕНКА РИСКОВ И УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ
6.1. Подготовка карты рисков проекта.

6.2. Научно-технические риски.

6.3. Риски производства и технологии.

6.4. Рыночные риски.

6.5. Операционные риски.

6.6. Финансовые риски.

6.7. Прочие риски, в том числе оценка экологической безопасности реализации проекта.

7. УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ ФОНДА И ОСНОВНЫХ ИНВЕСТОРОВ
7.1. Схема участия.

7.2. Сроки, стоимость и объемы финансирования.

7.3. Обеспечение исполнения обязательств Заявителя по источникам финансирования.

8. ВЫВОДЫ

Приложение 5

Приложение N 1 к приказу Минэкономразвития РФ
от 23 марта 2006 г. N 75 (с изменениями от 5 апреля 2018 г.)

Форма
бизнес-плана, представляемого для заключения (изменения) соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности

УТВЕРЖДАЮ
Должность_____
Фамилия, имя, отчество (при наличии)
"__"_____200_ г.

БИЗНЕС-ПЛАН
(краткое название проекта)
(город, год_)

1. Информация о претенденте на получение статуса резидента особой экономической зоны

1.1. Наименование юридического лица - претендента на получение статуса резидента промышленно-производственной особой экономической зоны (далее - претендент), либо резидента, вносящего изменения в условия соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности.

1.2. Организационно-правовая форма претендента, имена и адреса учредителей.

1.3. Дата регистрации претендента, номер регистрационного свидетельства, наименование органа, зарегистрировавшего претендента, основной государственный регистрационный номер, идентификационный номер налогоплательщика.

1.4. Место государственной регистрации и почтовый адрес претендента.

1.5. Фамилия, имя, отчество (при наличии), номера телефонов, факсов руководителя (руководителей) претендента.

Вид (виды) экономической деятельности предприятия. В случае, если на момент подачи инициативной заявки предприятие осуществляет несколько видов экономической деятельности, указать процент прибыли, приходящийся на каждый из видов деятельности в общем объеме прибыли в среднем за последний отчетный год деятельности.

1.6. Срок реализации проекта.

1.7. Полная стоимость реализации проекта, ожидаемые источники денежных средств и их структура (собственные и заемные средства претендента, бюджетное финансирование).

1.8. Заявление о **коммерческой тайне**.

1.9. Дата составления бизнес-плана.

2. Вводная часть (резюме проекта) (2-3 стр.)

Продолжение приложения 3

Информация, характеризующая направления и цели деятельности претендента, доказательства экономической эффективности и реализуемости проекта.

2.1. Сущность предполагаемого проекта и место реализации.

2.2. Эффективность реализации проекта.

2.3. Общая стоимость проекта.

2.4. Необходимые (привлекаемые) финансовые ресурсы.

2.5. Срок окупаемости проекта.

2.6. Финансовые результаты реализации плана (чистая текущая стоимость, внутренняя норма рентабельности, ежегодные суммы налоговых поступлений в бюджет Российской Федерации, бюджет субъекта Российской Федерации и местный бюджет на ближайшие 3 года).

2.7. Предполагаемая форма и условия участия инвестора (кредитора).

2.8. Гарантии возврата инвестиций (кредитных ресурсов).

2.9. Сопутствующие эффекты (социальные, экологические) от реализации проекта.

3. Анализ положения дел в отрасли и описание организации-претендента (до 7 стр.)

3.1. Анализ современного состояния и перспектив развития отрасли.

3.2. Основные потребительские группы и их территориальное расположение.

3.3. Прогноз конъюнктуры рынка продукции (работ, услуг).

3.4. Ожидаемая доля претендента в производстве отрасли. Значимость данного производства для экономического и социального развития субъекта Российской Федерации.

3.5. Перечень основных (потенциальных) конкурентов, их доли на рынке.

3.6. Общая концепция предполагаемого бизнеса (цели функционирования, выпускаемая продукция (работы, услуг), основные потребители).

3.7. Учредители организации-претендента.

3.8. Перечень существующих (потенциальных) стратегических партнеров и контрагентов.

4. Описание продукции (работ, услуг) (до 5 стр.)

4.1. Основные характеристики продукции (работ, услуг) (функциональное назначение, основные потребительские качества и параметры продукции (работ, услуг), соответствие государственным стандартам, патентно-лицензионная защита, требования к контролю качества, сервисное обслуживание, возможности адаптации (модификация) продукции (работ, услуг) к изменениям рынка).

Продолжение приложения 5

4.2. Наличие опыта производства данной продукции (работ, услуг) с указанием конкретных проектов и объемов осуществленных инвестиций.

4.3. Анализ качества жизненного цикла продукции (работ, услуг).

4.4. Сравнительный анализ основных характеристик аналогичных и конкурирующих (замещающих) видов продукции (работ, услуг).

Соответствие технического и технологического потенциала проекта лучшим используемым технологиям и практике реализации подобных проектов с указанием конкретных примеров.

5. Маркетинг и сбыт продукции (работ, услуг) (до 7 стр.)

В этом разделе должно быть доказано, что продукция (работы, услуги) претендента имеет рынок сбыта, и обоснованы подходящая тактика конкурентной борьбы и механизм продвижения продукции на рынок:

5.1. Факторный анализ состояния рынков сбыта продукции (работ, услуг) и его сегментов (емкость, степень насыщенности, потенциал роста рынка).

5.2. Оценка доли претендента на рынке и объема продаж по номенклатуре выпускаемой продукции (работ, услуг).

5.3. Обоснование рыночной ниши продукции (работ, услуг) и среднесрочная концепция ее расширения, т.е. характеристика целевых рынков и поведения потребителей, прогнозы продаж, трудности выхода (расширения) на целевые рынки, наиболее эффективные механизмы продвижения продукции (работ, услуг) на целевые рынки.

5.4. Общая стратегия маркетинга претендента.

5.5. Характеристика ценообразования претендента (сопоставление собственной стратегии в области цен с ценовой политикой основных конкурентов, обоснование цены на продукцию с учетом требований к качеству и анализа формирования себестоимости, оценка окупаемости затрат, уровня рентабельности продаж, политика предоставления скидок).

5.6. Тактика реализации продукции (работ, услуг). Анализ методов реализации (прямая поставка, торговые представители, посредники) и их эффективность, выбор приоритетных каналов сбыта в долгосрочной перспективе, наличие договоров и протоколов намерений на поставку.

5.7. Политика послепродажного обслуживания и предоставления гарантий.

5.8. Реклама и продвижение продукции (работ, услуг) на рынок.

5.9. Стратегия в области качества (наиболее привлекательные для потребителей характеристики качества продукции (работ, услуг), тенденции их изменения, стратегическая линия поведения претендента на рынке в области качества и дизайна продукции (работ, услуг).

6. Логистика производства (до 3 стр.)

Продолжение приложения 5

6.1. Источники поставки сырья для производства, их местоположение и виды доставки, объемы грузопотока (в месяц).

6.2. Необходимые складские мощности для обработки и хранения сырья.

6.3. Необходимые складские мощности для хранения готовой продукции и виды доставки потребителям, объемы грузопотока (в месяц).

7. Производственный план (до 5 стр.)

Обоснование выбора производственного (научно-технологического) процесса и возможности претендента выпустить необходимое количество продукции (работ, услуг) с определенными качественными характеристиками в заявленные сроки. Все данные этого раздела должны быть представлены в среднесрочной перспективе.

7.1. Место реализации проекта (с обоснованием выбора) и строительной площадки, их особенности (климат; обеспеченность транспортной, инженерной, социальной инфраструктурой; наличие строительно-монтажных и вспомогательных ремонтных организаций; наличие и состояние производственных площадей и т.п.).

7.2. Планирование и сметная стоимость работ по проекту (сроки строительства, монтажа, ввода в эксплуатацию и достижения проектной мощности оборудования - календарный план с указанием затрат на реализацию каждого этапа).

7.3. Производственная программа претендента в номенклатурном разрезе.

7.4. Производственные мощности и их развитие (расчет потребности в основных фондах исходя из нормативов производительности, технология производства и обоснование ее выбора, технический и возрастной состав основного оборудования, его поставщики, возможность аренды и лизинга необходимого оборудования, форма амортизации и годовая величина амортизационных отчислений).

7.5. План капитальных вложений.

7.6. Стратегия материально-технического обеспечения программы производственной деятельности (расчет потребности в материальных ресурсах, поставщики ресурсов и обоснование их выбора, условия поставок, ориентировочные цены, возможные альтернативные источники снабжения ресурсами).

7.7. Оценка обеспеченности производственных потребностей квалифицированным персоналом (общая численность персонала, анализ структуры производственной программы претендента (ППП) по возрасту и квалификации, система оплаты труда и годовой фонд заработной платы, предполагаемые изменения в структуре персонала по мере развития бизнеса).

7.8. Стратегия управления экологической эффективностью, анализ экологических рисков проекта, характеристика возможных экологических последствий реализации проекта, обеспечение экологической и технической безопасности.

7.9. Анализ системы качества продукции (работ, услуг).

Продолжение приложения 5

7.10. Коэффициент локализации производства продукции и использования отечественного сырья, материалов и комплектующих, рассчитываемый по формуле:

$$Кл = \frac{С - Кин - Мин - Уин}{С} * 100\%$$

,

где:

С - себестоимость, рассчитываемая как сумма затрат на комплектующие изделия, материалы и сырье российского и иностранного происхождения, услуги сторонних российских и иностранных организаций, заработную плату и прочие затраты;

$К_{ин}$ - затраты на комплектующие изделия иностранного происхождения;

$М_{ин}$ - затраты на материалы и сырье иностранного происхождения;

$У_{ин}$ - затраты на услуги иностранных организаций.

8. Организационный план (2 - 3 стр.)

8.1. Краткая характеристика членов совета директоров и высшего руководства претендента (краткие биографические справки с указанием квалификации, послужного списка и опыта работы в данной сфере деятельности, контактные телефоны).

8.2. Организационная структура управления организации-претендента (с указанием основных должностных обязанностей представителей высшего руководства).

8.3. План-график основных мероприятий развития бизнеса (список видов намеченных мероприятий с указанием даты начала и завершения работ, ответственных исполнителей).

9. Финансовый план (до 5 стр.)

В данном разделе наряду с прогнозируемым движением денежных потоков (поступлениями и выплатами) должно быть описано текущее финансовое состояние предприятия. Все расчеты этого раздела должны быть выполнены на основе информации, приведенной в разделах **"Маркетинг и сбыт продукции (работ, услуг)"** и **"Производственный план"**. Все данные этого раздела должны быть представлены в среднесрочной перспективе.

9.1. Анализ финансово-хозяйственного состояния претендента (пишется только для действующих организаций путем расчета показателей ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности, имущественного состояния, рентабельности, рыночной стоимости).

9.2. Бюджет доходов и расходов претендента (данные по предполагаемым доходам и расходам по всем видам деятельности претендента. Первый год реализации проекта в разбивке помесячно, 2-й и 3-й - поквартально, далее - по годам).

9.3. Бюджет движения денежных средств (данные по предполагаемым доходам и расходам по всем видам деятельности претендента. Первый год реализации проекта в разбивке помесячно, 2-й и 3-й - поквартально, далее - по годам).

9.4. Бюджет налоговых платежей (данные по предполагаемым налоговым платежам по всем видам деятельности претендента. Первый год реализации проекта в разбивке помесячно, 2-й и 3-й - поквартально, далее - по годам).

Продолжение приложения 5

9.5. Предполагаемый объем инвестиций по проекту с указанием источников финансирования.

10. Оценка эффективности проекта и рисков его реализации

Раздел является ключевым, по нему планируются затраты на реализацию проекта и определяется его эффективность, а также осуществляется оценка факторов риска реализации проекта и возможных вариантов их снижения. В разделе должна быть представлена следующая информация:

10.1. Расчет абсолютных экономических показателей деятельности претендента (выручка от реализации, анализ себестоимости продукции (работ, услуг), предложения по экономии затрат, внереализационные доходы и расходы, балансовая прибыль и прибыль после налогообложения).

10.2. Расчет чистой приведенной стоимости проекта (по месяцам).

10.3. Расчет показателя внутренней нормы рентабельности IRR (внутренняя норма рентабельности должна быть не меньше принятой процентной ставки по долгосрочным кредитам).

10.4. Расчет срока окупаемости инвестиций по проекту (период времени с начала реализации проекта по данному бизнес-плану до момента, когда разность между накопленной суммой чистой прибыли с амортизационными отчислениями и объемом инвестиционных затрат приобретет положительное значение).

10.5. Определение точки безубыточности деятельности претендента (рассчитывается как отношение величины постоянных расходов к разности цены продукции и величины переменных расходов, деленной на объем реализации продукции).

10.6. Анализ основных видов рисков:

10.6.1. Технологический риск (отработанность технологии, наличие, исправность и ремонтопригодность оборудования; наличие запасных частей, дополнительной оснастки и приспособлений; оснащенность инструментом; подготовка обслуживающего персонала; наличие квалифицированных кадров, если это предусмотрено проектом; участие в монтаже и обучении зарубежных специалистов).

10.6.2. Организационный и управленческий риск (наличие и гарантия выполнения плана-графика выполнения работ; заинтересованность всех участников в выполнении плана-графика; возможность дублирования организационных срывов; наличие квалифицированного управленческого персонала (сертификация менеджеров); отношения с местными органами власти).

10.6.3. Риск материально-технического обеспечения (анализ информации о поставщиках основных производственных ресурсов; оценка возможности перехода на альтернативное сырье; уровень организации входного контроля качества сырья).

10.6.4. Финансовый риск (оценка существующего финансового положения; вероятность неплатежей со стороны участников проекта; кредитный и процентный риск).

Продолжение приложения 5

10.6.5. Экономические риски (устойчивость экономического положения претендента к изменениям макроэкономического положения в стране; оценка последствий повышения тарифов и цен на стратегические ресурсы; возможность снижения платежеспособного спроса на продукцию в субъекте Российской Федерации и в целом по стране; наличие альтернативных рынков сбыта; последствия ухудшения налогового климата).

10.6.6. Экологические риски (возможные штрафные санкции и их влияние на экономическое положение претендента).

11. Приложение

В приложение включаются документы, подтверждающие и разъясняющие сведения, представленные в бизнес-плане.

Примечания:

- бизнес-план разрабатывается на период, который превышает срок окупаемости проекта на три года;

- при обосновании инвестиционного проекта все расчеты ведутся в постоянных среднегодовых ценах года, в котором бизнес-план представлен для заключения (изменения) соглашения о ведении промышленно-производственной деятельности;

- Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами вправе запросить дополнительную информацию по представленному бизнес-плану;

ГАРАНТ:

Указом Президента РФ от 5 октября 2009 г. N 1107 Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами упразднено, его функции переданы **Министерству экономического развития РФ**

- претендент может представить дополнительную информацию по своему усмотрению.