

Гражданский календарь импортозамещения: продовольственная безопасность








Центр мониторинга технологической модернизации
и научно-технического развития
Общероссийского общественного движения
«НАРОДНЫЙ ФРОНТ «ЗА РОССИЮ»



ОБЩЕРОССИЙСКИЙ
НАРОДНЫЙ
ФРОНТ

СОДЕРЖАНИЕ

Вступительное слово руководителя Центра мониторинга НТР	3
Методика исследования	5
 Картофель: результаты исследования	6
 Яблоки: результаты исследования	43
 Морковь: результаты исследования	81
 Томаты: результаты исследования	119
 Рыба: результаты исследования	156
Заключение	194





Анна Сергеевна
Заборенко

**Руководитель Центра
мониторинга НТР**

Уважаемые друзья!

В 2014 году лидер ОБЩЕРОССИЙСКОГО НАРОДНОГО ФРОНТА, Президент России Владимир Путин поставил стратегическую задачу вернуть внутренний рынок национальному производителю, который должен обеспечить россиян качественными и доступными товарами в полном объеме.

Несмотря на растущее желание граждан покупать отечественное, они по-прежнему выражают неудовлетворение уровнем доступности, ценой и качеством. Для решения этого вопроса Центр мониторинга НТР запустил в сентябре 2015 года всероссийский проект «Гражданский календарь импортозамещения». Его цель — провести общественный контроль реализации планов импортозамещения и оценить уровень обеспеченности населения России качественными и доступными социально значимыми товарами отечественного производства.

В рамках проекта Центр проводит оценку уровня влияния импортозамещения на обеспеченность населения всем, что необходимо каждому россиянину в первую очередь — продукты питания, лекарства, непродовольственные товары повседневного спроса. Товары этих групп должны постоянно присутствовать на прилавке в достаточном ассортименте, должны быть соответствующего качества и должны быть доступны по цене. С учетом высокой доли осознанного желания покупать именно отечественное, можно выделить пять ключевых гражданских показателей импортозамещения:

- 1. Достаток** (не должно быть дефицита);
- 2. Разнообразие** (должен быть выбор);
- 3. Качество** (недопустимо снижение качества продукции);
- 4. Доступность** (цена должна быть приемлемой для потребителя);
- 5. «Отечественность»** (товар должен быть произведен в России).

Низкое значение этих показателей, с точки зрения гражданина, указывает на неэффективную реализацию импортозамещения.

В течение года активисты в 30 регионах страны собирают оперативную информацию о наличии на полках аптек и магазинов лекарств, продуктов и товаров народного потребления, фиксируют стоимость и национальную принадлежность производителя. По итогам первого полугодия проекта экспертам Центра и общественным активистам удалось выявить и систематизировать ключевые проблемы, препятствующие эффективному импортозамещению социально значимых товаров.

Анализ ситуации на местах и подготовка перечня предложений по стабилизации ситуации с обеспечением населения доступными и качественными товарами российского производства станет основой общественного доклада. Он будет представлен 17 июня 2016 года в Москве на общероссийском форуме, посвященном итогам двух лет политики активного импортозамещения.

Учитывая высокую социальную значимость проекта, Центр мониторинга НТП приглашает вас присоединиться к экспертному взаимодействию в рамках мероприятий по мониторингу и анализу полученных результатов.

Методика исследования

Данные, приведенные в брошюре, получены в ходе первого замера текущего состояния показателей общественного контроля реализации планов импортозамещения в части обеспечения населения социально значимыми товарами отечественного производства в региональном разрезе.

Мониторинг осуществлен в рамках проекта «Гражданский календарь импортозамещения» силами общественных активистов в 2015 году в 30 субъектах Российской Федерации. Аналитическая обработка собранных данных проведена Центром мониторинга НТР совместно с исследовательским холдингом «Ромир».

Перечень социально значимых товаров для мониторинга:

- продукты питания;
- лекарственные средства;
- товары повседневного спроса.

Контрольные показатели гражданского мониторинга:

- **разнообразие** (фиксация, сколько товаров по каждой из категорий представлено на полке на момент замера);
- **стоимость** (фиксация ценового разброса по аналогичным товарам);
- **страновое происхождение** (фиксация российский — импортный товар);
- **региональное происхождение** (фиксация региона, в котором функционирует производитель товара);
- **потребительская привлекательность** (фиксация, насколько устраивает потребителя внешний вид, упаковка товара и пр.).

Период замера:

с 16 ноября по 24 декабря 2015 г.

География замера:

- 960 супермаркетов и аптек;
- 120 населенных пунктов;
- 30 регионов;
- 9 федеральных округов.





Продовольственная безопасность: картофель

*Здравствуй, милая картошка-тошка-тошка-тошка,
Низко бьем тебе челом-лом-лом.
Наша дальняя дорожка-рожка-рожка-рожка
Нам с тобою нипочём-чём-чём!*

(из пионерской песни)



Урожай надо беречь!

Продуктовая корзина россиян в 2015 году претерпела ряд изменений во многом из-за снижения доступности и качества предлагаемого ассортимента. Теперь покупателям приходится либо активно искать замену, либо полностью отказаться от потребления некоторых продуктов. Это явный сигнал для российских производителей ориентировать импортозамещение на нужды потребителей, считают в Центре ОНФ по мониторингу технологической модернизации.

Сегодня отчетливо видны новые тренды в поведении населения в связи с изменением набора продуктов, представленных в наших магазинах. Так, исследование, проведенное Центром совместно с исследовательским холдингом «Ромир», показало, что снижается общее потребление мяса (—2,5%) и замороженных полуфабрикатов (—11,3%), а также рыбы и морепродуктов (—12,2%). Основной причиной отказа от продуктов данных категорий называется снижение доступности

в связи с ростом цен на них, а также невозможность найти им адекватную замену. Значительную роль здесь играет импортная продукция, и получается, что отечественные производители не смогли пока предложить товары, отвечающие финансовым возможностям всех россиян. Если говорить об овощах, то в 2015 году в корзине покупателей увеличилась доля традиционной российской продукции. Прибавили картофель (+7%), капуста (+11%), свёкла (+8%). Отечественные овощеводы, несмотря на сильную зависимость от зарубежных семян, смогли удержать цены в пределах инфляции и обеспечить население доступными продуктами. Однако для реального импортозамещения на данном направлении важно решить ключевую проблему, связанную с круглогодичным обеспечением необходимым количеством овощей. Пока из-за устаревших методов хранения и переработки, применяемых в России, каждую весну происходит наплыв дорогостоящей продукции из других стран.



Разнообразие

Разнообразие картофеля в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Среднее количество видов картофеля в одном российском магазине — 2,5. При этом в 35% магазинах представлен лишь один вид картофеля, а максимальное количество видов достигает четырнадцати! Наибольшее разнообразие видов картофеля зафиксировано в СЗФО, ПФО, ЦФО, ЮФО. Наименьшее — в КФО и ДФО.



Таблица 1. Представленность различных видов картофеля в магазинах федеральных округов

#	Округ	Среднее количество видов картофеля в одном магазине	Максимальное количество видов картофеля в одном магазине
1	ЦФО	2,8	7
2	ЮФО	2,7	8
3	СЗФО	3,8	14
4	ДФО	1,4	4
5	СФО	1,9	7
6	УФО	1,9	4
7	ПФО	2,9	11
8	СКФО	2,5	5
9	КФО	1,5	3

Разнообразие

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах ЦФО

В 32% магазинов представлено 3 различных вида картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 7 (Тверская область, г. Тверь, магазин «Перекресток»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 2,8.

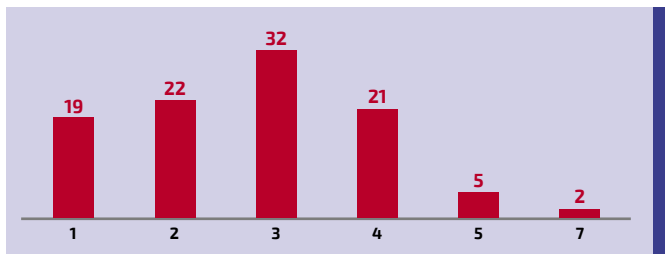


Рис. 1. Доля магазинов в ЦФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах ЮФО

В 41% магазинов представлено 2 различных вида картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 8 (Астраханская область, г. Харабали, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 2,7.

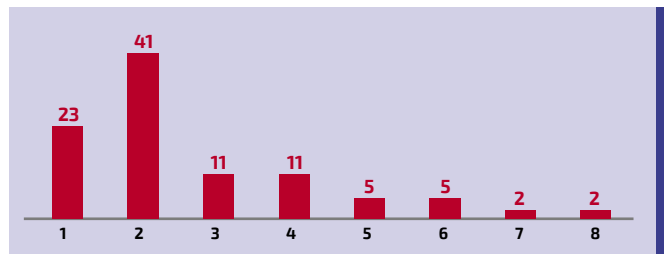


Рис. 2. Доля магазинов в ЮФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах УФО

В 43% магазинов представлен 1 вид картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 4 (Свердловская область, г. Каменск-Уральский, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 1,9.

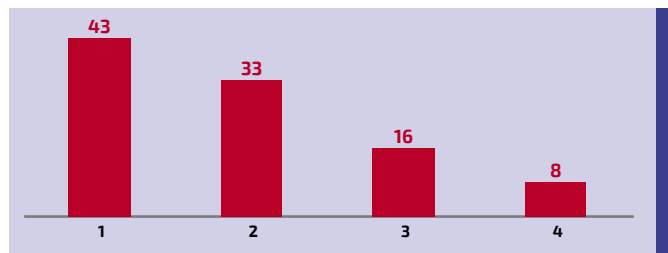


Рис. 3. Доля магазинов в УФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах ПФО

В 28% магазинов представлено 2 вида картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 11 (Самарская область, г. Чапаевск, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 2,9.

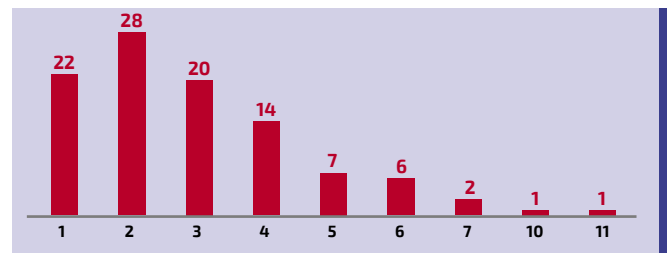


Рис. 4. Доля магазинов в ПФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах СЗФО

В 42% магазинов представлено 3-4 различных вида картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 14 (г. Санкт-Петербург, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 3,8.

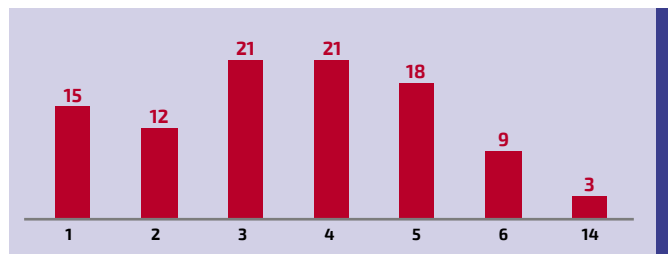


Рис. 5. Доля магазинов в СЗФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах ДФО

В 76% магазинов представлен лишь 1 вид картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 4 (Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, магазин «Самбери», г. Хабаровск, магазин «Самбери»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 1,4.

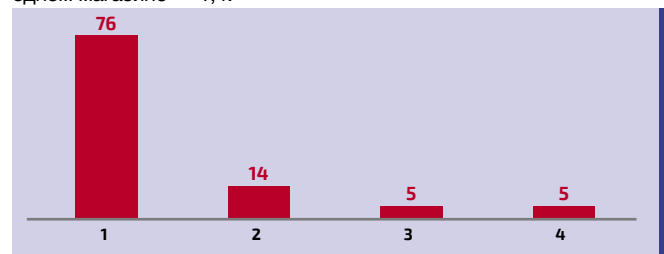


Рис. 6. Доля магазинов в ДФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах СФО

В 59% магазинов представлен лишь 1 вид картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 6 (Томская область, г. Томск, магазин «Лента»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 1,9.

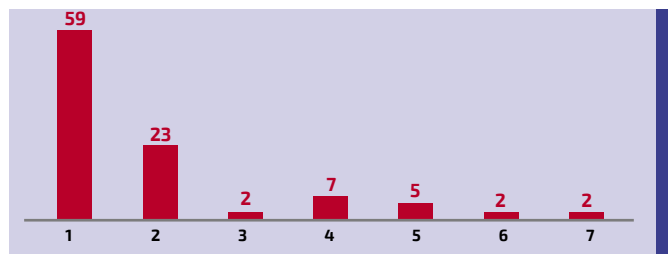


Рис. 7. Доля магазинов в СФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах СКФО

В 47% магазинов представлен 1 вид картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 5 (Ставропольский край, г. Невинномысск, магазин «Пятерочка», г. Ставрополь, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 2,5.

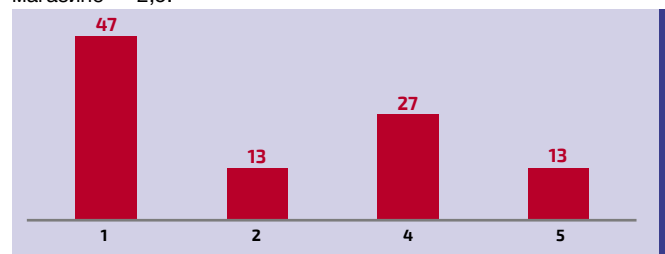


Рис. 8. Доля магазинов в СКФО с различным количеством видов картофеля, %

Разнообразие

Разнообразие видов картофеля, представленных в магазинах КФО

В 58% магазинов представлено лишь 1 вид картофеля. Максимальное количество видов картофеля — 3 (г. Севастополь, магазин «Новус»). Среднее значение количества видов картофеля в одном магазине — 1,5.

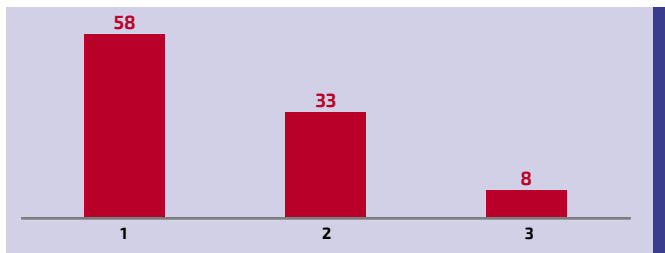


Рис. 9. Доля магазинов в КФО с различным количеством видов картофеля, %



Стоимость

Стоимость картофеля в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Отечественный картофель в среднем в два раза дешевле, чем импортный. Наиболее частая цена на картофель — от 10 до 20 руб. за 1 кг. В данном ценовом интервале продается 45% видов картофеля. Интересно, что это за картофель стоит 105 руб. за килограмм!?



Таблица 1. Значение цен на картофель в различных федеральных округах (сортировка по возрастанию средней цены)

Округ	Средняя цена, руб./кг	Максимальная цена, руб./кг	Минимальная цена, руб./кг	Диапазон цен, руб./кг
ЦФО	20	60	9	51
ЮФО	21	78	8	70
ПФО	22	96	8	88
УФО	23	105	9	96
КФО	24	36	6	30
СКФО	24	71	10	61
СЗФО	26	67	4	62
СФО	30	85	9	76
ДФО	44	95	22	73



Стоимость

Таблица 2. Магазины, в которых зафиксирована минимальная цена на картофель

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ПФО	Пензенская область	Пенза	«Ашан»	8,00	Россия
ПФО	Самарская область	Самара	«Ашан»	8,90	Россия, Самарская область
КФО	Севастополь	Севастополь	«Ассорти»	5,90	Россия
СЗФО	Санкт-Петербург	Санкт-Петербург	«Ашан»	4,28	Россия
УФО	Челябинская область	Челябинск	«Ашан»	8,90	Россия, Пермский край
УФО	Свердловская область	Екатеринбург	«Ашан»	8,80	Россия
ЦФО	Калужская область	Обнинск	«Перекресток»	8,90	страна не указана
ЦФО	Москва	Москва	«Перекресток»	8,90	страна не указана
ЮФО	Ростовская область	Новочеркасск	«Лента»	8,03	страна не указана

Таблица 3. Магазины, в которых зафиксирована максимальная цена на картофель

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ДФО	Хабаровский край	Хабаровск	«Пеликан»	91,00	Южная Корея
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Токко»	83,00	страна не указана
ПФО	Республика Татарстан	Казань	«Пятерочка»	96,05	страна не указана
СФО	Новосибирская область	Новосибирск	«Ашан»	83,32	Израиль
СФО	Новосибирская область	Обь	«Магнит»	85,00	страна не указана
СФО	Томская область	Томск	Metro C&C	82,00	Россия, Новосибирская область
УФО	Челябинская область	Златоуст	«Пятерочка»	105,00	Россия, Челябинская область
УФО	Ханты-Мансийский автономный округ-Югра	Нижневартовск	«Карусель»	89,90	страна не указана
ДФО	Приморский край	Уссурийск	«Фреш 25»	94,50	Южная Корея
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Мирный	Советская, 5	80,00	страна не указана

Стоимость

Цены на картофель в магазинах ЦФО

Максимальная цена — 60 руб./кг, минимальная — 9 руб./кг, средняя — 18 руб./кг. Отечественный картофель в среднем дороже импортного.

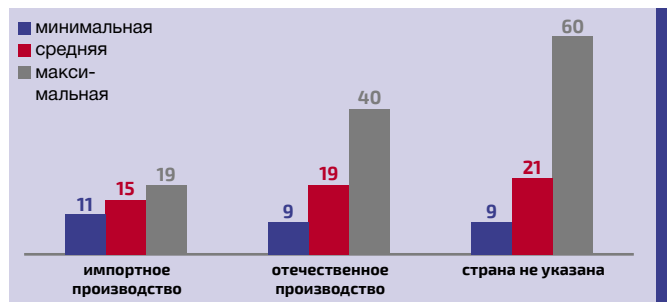


Рис. 1. Цены на картофель в магазинах ЦФО, руб./кг

Цены на картофель в магазинах ЮФО

Максимальная цена — 78 руб./кг, минимальная — 8 руб./кг, средняя — 21 руб./кг. Отечественный картофель в среднем дешевле импортного.

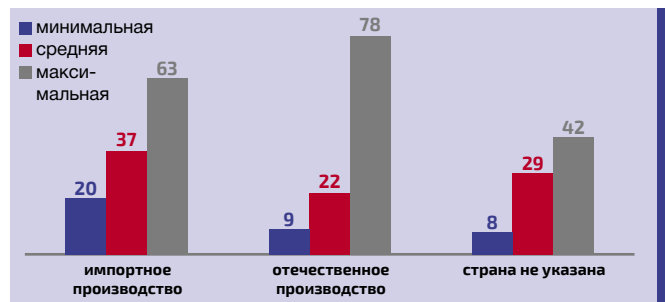


Рис. 2. Цены на картофель в магазинах ЮФО, руб./кг

Стоимость

Цены на картофель в магазинах УФО

Максимальная цена — 105 руб./кг, минимальная — 9 руб./кг, средняя — 23 руб./кг.

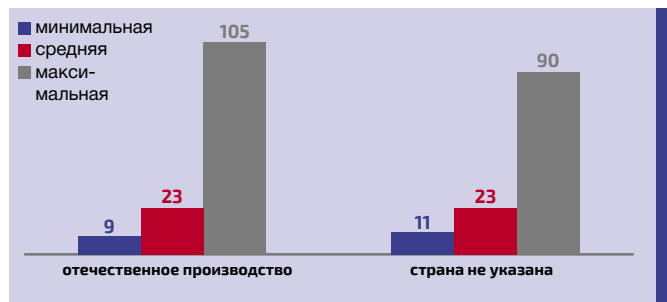


Рис. 3. Цены на картофель в магазинах УФО, руб./кг

Цены на картофель в магазинах ПФО

Максимальная цена — 96 руб./кг, минимальная — 8 руб./кг, средняя — 22 руб./кг. Отечественный картофель в среднем дешевле импортного.

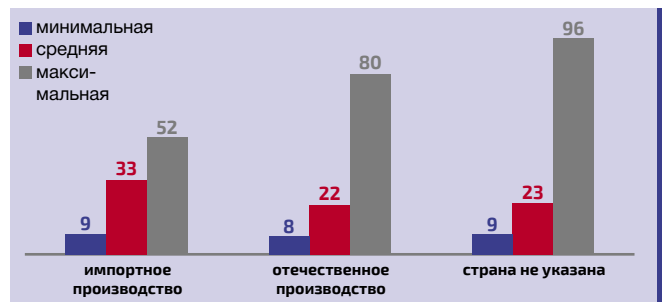


Рис. 4. Цены на картофель в магазинах ПФО, руб./кг

Стоимость

Цены на картофель в магазинах СЗФО

Максимальная цена — 67 руб./кг, минимальная — 4 руб./кг, средняя — 26 руб./кг. Отечественный картофель в среднем существенно дешевле импортного.

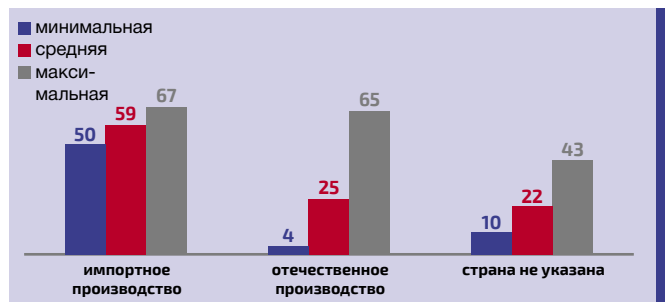


Рис. 5. Цены на картофель в магазинах СЗФО, руб./кг

Цены на картофель в магазинах ДФО

Максимальная цена — 95 руб./кг, минимальная — 22 руб./кг, средняя — 43 руб./кг. Отечественный картофель в среднем дешевле импортного.

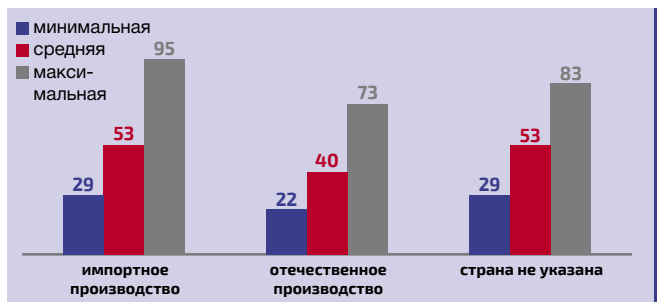


Рис. 6. Цены на картофель в магазинах ДФО, руб./кг

Стоимость

Цены на картофель в магазинах СФО

Максимальная цена — 85 руб./кг, минимальная — 9 руб./кг, средняя — 30 руб./кг. Отечественный картофель в среднем дешевле импортного.



Рис. 7. Цены на картофель в магазинах СФО, руб./кг

Цены на картофель в магазинах СКФО

Максимальная цена — 71 руб./кг, минимальная — 10 руб./кг, средняя — 24 руб./кг. Отечественный картофель в среднем дешевле импортного.

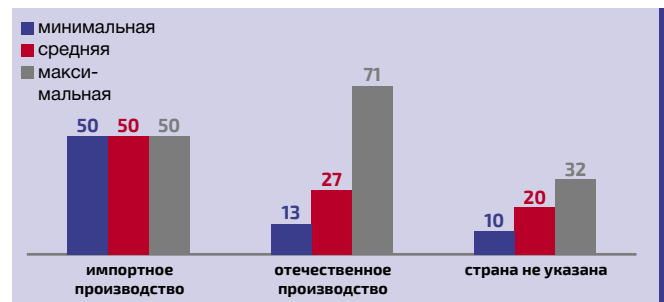


Рис. 8. Цены на картофель в магазинах СКФО, руб./кг

Стоимость

Цены на картофель в магазинах КФО

Максимальная цена — 36 руб./кг, минимальная — 6 руб./кг, средняя — 25 руб./кг.

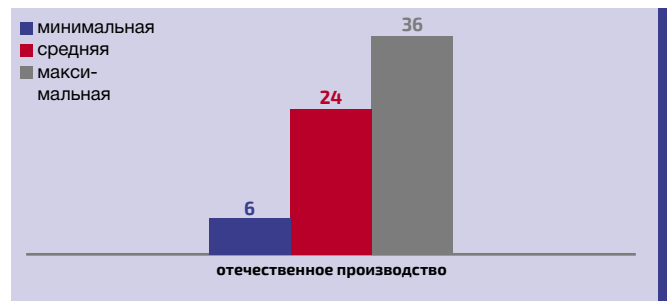


Рис. 9. Цены на картофель в магазинах КФО, руб./кг

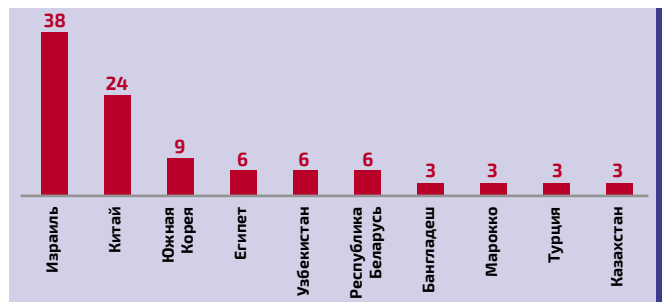


Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Доля импортного картофеля незначительна — 3%. Но с учетом того, что у 32% продукции не удалось установить производителя, доля импортного картофеля может быть иной. К странам-импортерам картофеля относится как минимум 10 стран, лидером среди которых является Израиль (чья территория в 634 раза меньше территории России!).

Рис. 1. Страновое происхождение картофеля, %



Страновое происхождение

Таблица 1. Страновое происхождение картофеля (сортировка по мере убывания доли отечественной продукции)

Округ	Импортное производство,%	Отечественное производство,%	Страна не указана,%
КФО	0	100	0
ЮФО	3	79	19
ПФО	2	72	26
СЗФО	4	67	29
ДФО	17	65	17
СФО	8	61	31
УФО	0	53	47
СКФО	3	51	46
ЦФО	2	48	51

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах ЦФО

Доля импортного картофеля незначительна — 1,7%. Но с учетом того, что у половины продукции не удалось установить производителя, доля импортного картофеля может быть выше. К странам-импортерам картофеля относятся Республика Беларусь и Израиль.



Рис. 2. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах ЦФО, %

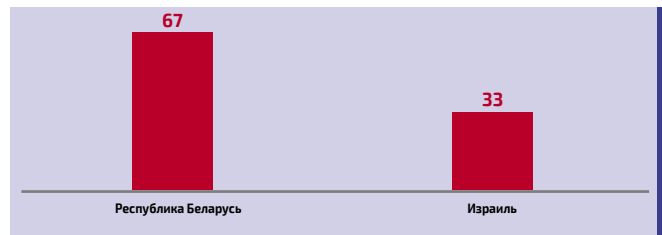


Рис. 3. Страны-производители картофеля в магазинах ЦФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах ЮФО

Доля импортного картофеля незначительна — 3%, отечественного — 79%. К странам-импортерам картофеля относятся Турция, Египет и Израиль.



Рис. 4. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах ЮФО, %

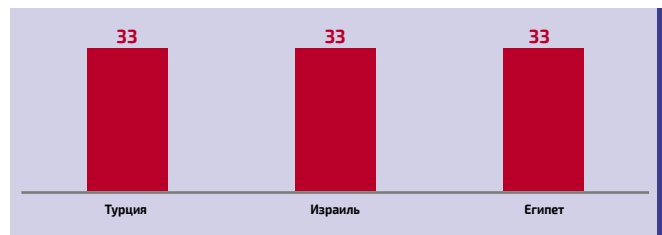


Рис. 5. Страны-производители картофеля в магазинах ЮФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах УФО

Доля отечественного картофеля — 53%.



Рис. 6. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах УФО, %

Страновое происхождение картофеля в магазинах КФО



Рис. 7. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах КФО, %



Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах ПФО

Доля импортного картофеля незначительна — 2%, отечественного — 72%. К странам-импортерам картофеля относятся Израиль, Узбекистан, Египет.



Рис. 8. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах ПФО, %

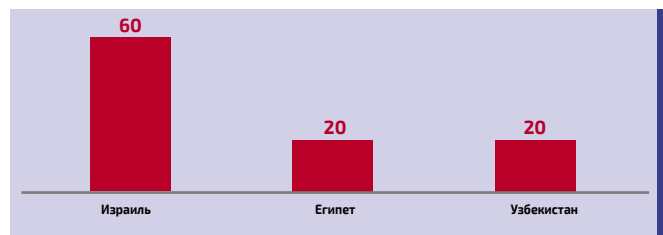


Рис. 9. Страны-производители картофеля в магазинах ПФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах СЗФО

Доля импортного картофеля незначительна — 4%, отечественного — 67%. К странам-импортерам картофеля относится Израиль.



Рис. 10. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах СЗФО, %

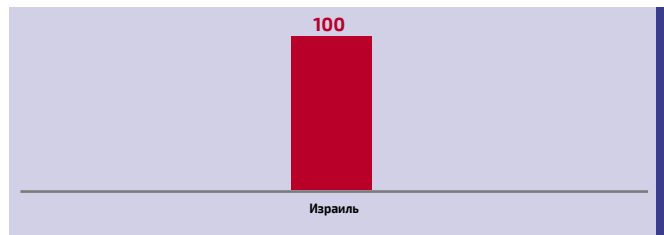


Рис. 11. Страны-производители картофеля в магазинах СЗФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах ДФО

Доля импортного картофеля — 17%, отечественного — 65%. К странам-импортерам картофеля относятся Китай, Южная Корея, Казахстан.



Рис. 12. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах ДФО, %



Рис. 13. Страны-производители картофеля в магазинах ДФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах СФО

Доля импортного картофеля незначительна — 8%, отечественного — 61%. К странам-импортерам картофеля относятся 5 стран, представленных на рис. 15.



Рис. 14. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах СФО, %

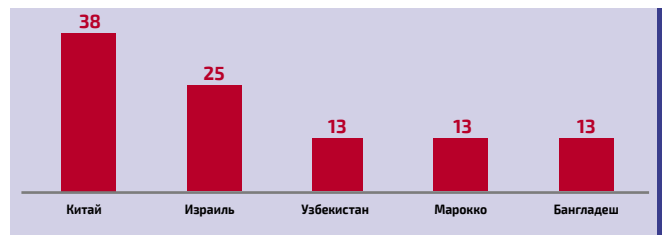


Рис. 15. Страны-производители картофеля в магазинах СФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение картофеля в магазинах СКФО

Доля импортного картофеля незначительна — 3%, отечественного — 51%. К странам-импортерам картофеля относится Израиль.



Рис. 16. Доля отечественного/импортного производства картофеля в магазинах СКФО, %

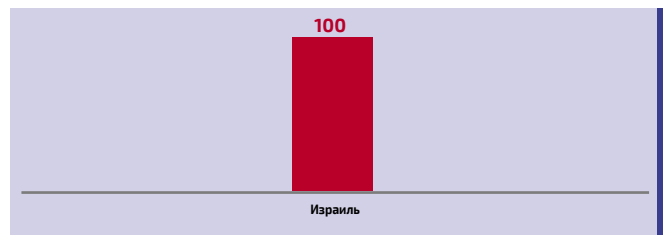


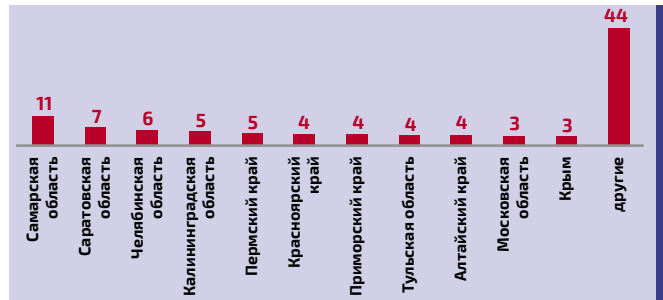
Рис. 17. Страны-производители картофеля в магазинах СКФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение картофеля в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Минимум 45 регионов (субъектов РФ) являются производителями картофеля. Среди лидеров — Калининградская область, занимающая 77-е место по площади среди всех регионов РФ. Максимальная доля представленности — у продукции Самарской области.

Рис. 1. Региональное происхождение картофеля, %



Региональное происхождение

Региональное происхождение картофеля в магазинах ЦФО

У 60% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 12 субъектов РФ поставляют картофель в магазины ЦФО. Самая большая доля представленности у Московской области.

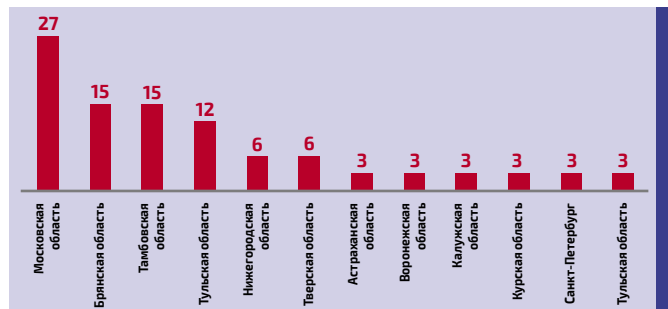


Рис. 2. Регионы-производители картофеля в магазинах ЦФО, %

Региональное происхождение картофеля в магазинах ЮФО

У 56% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 9 субъектов РФ поставляют картофель в магазины ЮФО. Самая большая доля представленности у Волгоградской области.

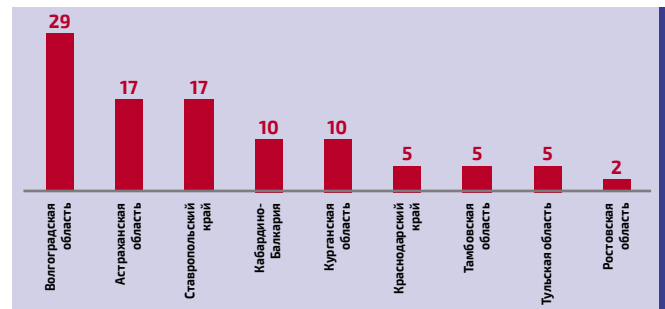


Рис. 3. Регионы-производители картофеля в магазинах ЮФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение картофеля в магазинах УФО

У 34% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 8 субъектов РФ поставляют картофель в магазины УФО. Самая большая доля представленности у Челябинской области.

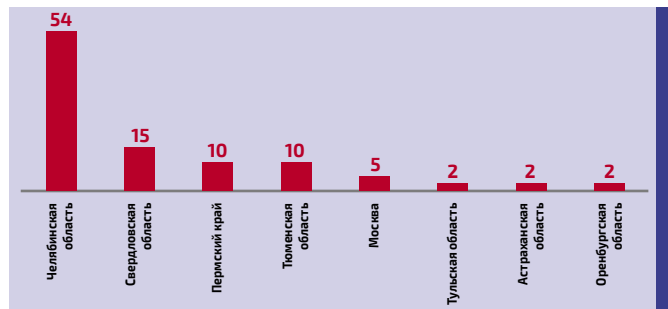


Рис. 4. Регионы-производители картофеля в магазинах УФО, %

Региональное происхождение картофеля в магазинах ПФО

У 48% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 19 субъектов РФ поставляют картофель в магазины ПФО. Лидер по доле представленности — Самарская область.

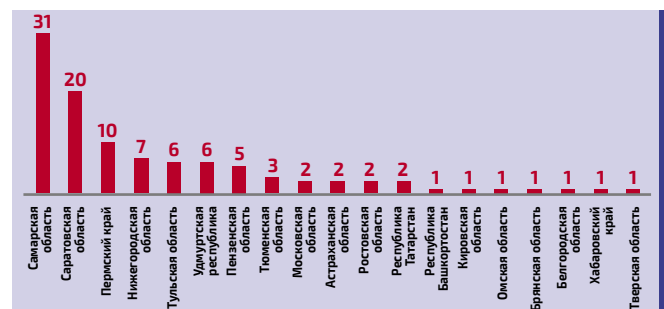


Рис. 5. Регионы-производители картофеля в магазинах ПФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение картофеля в магазинах СЗФО

У 60% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 6 субъектов РФ поставляют картофель в магазины СЗФО. Самая большая доля представленности у Калининградской области.

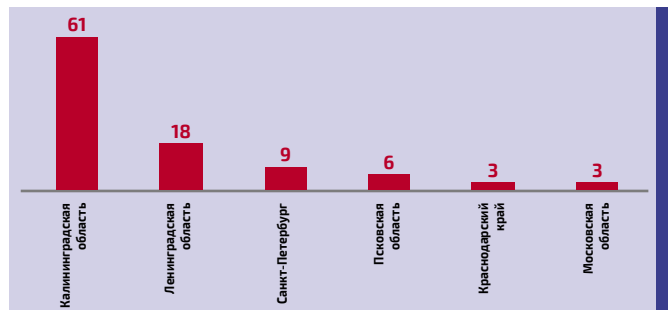


Рис. 6. Регионы-производители картофеля в магазинах СЗФО, %

Региональное происхождение картофеля в магазинах ДФО

У 29% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют картофель в магазины ДФО. Самая большая доля представленности у Приморского края.

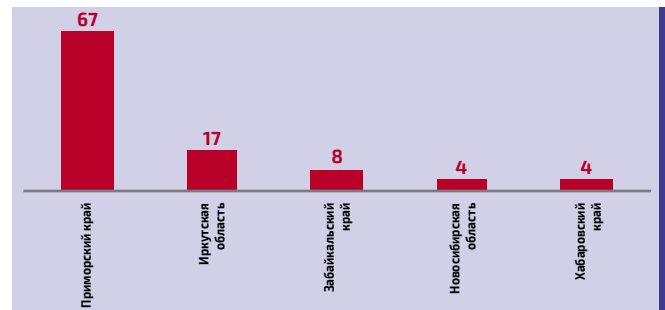


Рис. 7. Регионы-производители картофеля в магазинах ДФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение картофеля в магазинах СФО

31% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 6 субъектов РФ поставляют картофель в магазины СФО. Лидер по доле представленности — Красноярский край.

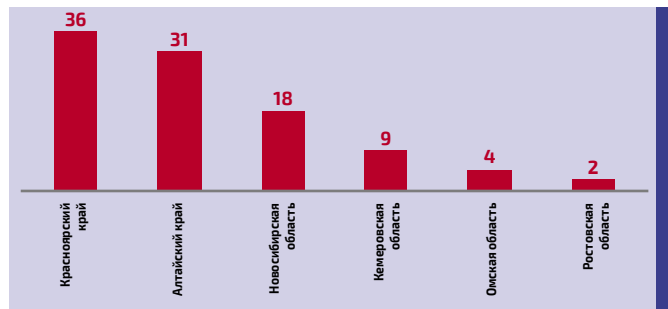


Рис. 8. Регионы-производители картофеля в магазинах СФО, %

Региональное происхождение картофеля в магазинах СКФО

У 21% продукции не удалось установить, какой регион является производителем картофеля. Как минимум 4 субъекта РФ поставляют картофель в магазины СКФО. Самая большая доля представленности у Ростовской области.

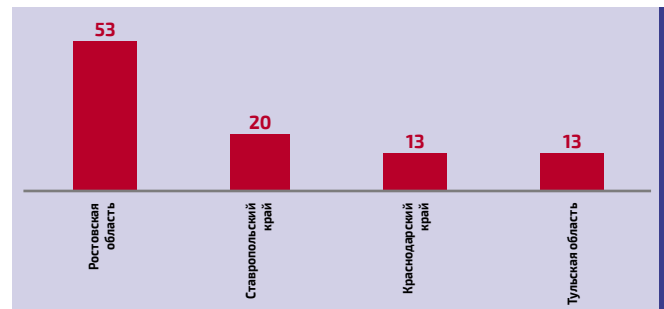


Рис. 9. Регионы-производители картофеля в магазинах СКФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение картофеля в магазинах КФО

Весь картофель, присутствие которого было зафиксировано в процессе мониторинга в магазинах КФО, отечественный, причем 72% отечественного картофеля произведено в Крыму, у остальных 28% не удалось установить регион-производитель.

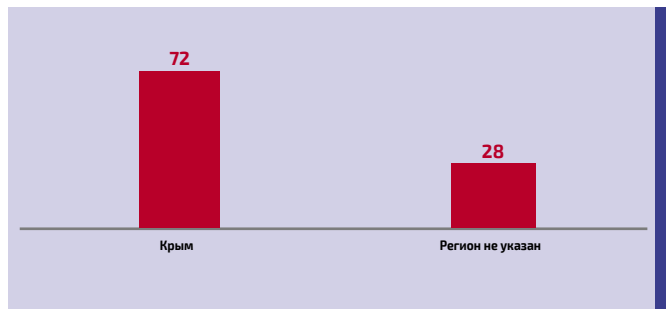


Рис. 10. Регионы-производители картофеля в магазинах КФО, %



Потребительская привлекательность

Потребительская привлекательность картофеля в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Только в Дальневосточном федеральном округе своя родная картошка более привлекательна, чем импортная (очевидно, из Китая). При этом в России человек съедает от 70 до 120 кг картошки в год. Но не менее половины населения страны за картофелем в магазин не ходит: 80 процентов собранной картошки производят в частных (в основном дачно-садовых) хозяйствах. Такая картошка наиболее привлекательна.

Таблица 1. Оценка потребительской привлекательности картофеля

Федеральные округа отсортированы по мере убывания разницы между оценкой отечественной продукции и оценкой импортной. Зеленым цветом отмечены федеральные округа, в которых оценка отечественной продукции выше оценки товара импортного производства. Красным — федеральные округа, в которых оценка отечественной продукции ниже оценки товара импортного производства. В ДФО оценка отечественной продукции выше оценки импортной.

Округ	Импортное производство	Отечественное производство
ДФО	3,8	4,0
СЗФО	4,4	4,2
ЦФО	4,3	4,1
СФО	4,5	4,2
ПФО	4,7	4,3
СКФО	5,0	4,4
ЮФО	5,0	3,7
УФО		4,0
КФО		3,6



Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ЦФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (4,3) выше, чем у отечественного (4,1).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ЦФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ЮФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (5) существенно выше, чем у отечественного (3,7).

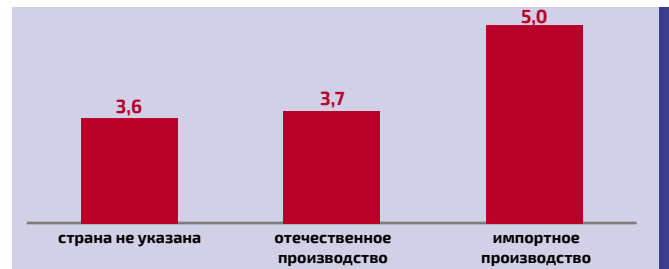


Рис. 2. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ЮФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах УФО

У картофеля отечественного производства степень привлекательности оценивается в 4 балла.



Рис. 3. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах УФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ПФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (4,7) выше, чем у отечественного (4,3).

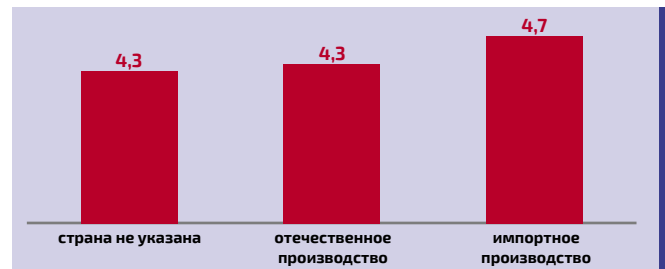


Рис. 4. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ПФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах СЗФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (4,4) выше, чем у отечественного (4,2).



Рис. 5. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах СЗФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ДФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (3,8) ниже, чем у отечественного (4).

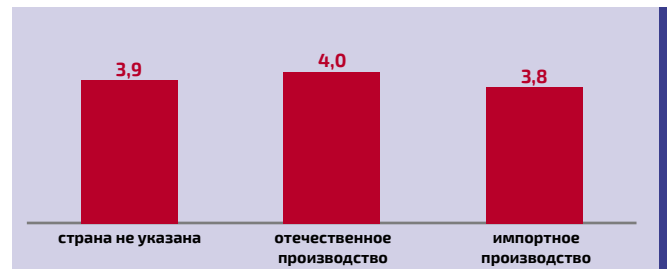


Рис. 6. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах ДФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах СФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (4,5) выше, чем у отечественного (4,2).



Рис. 7. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах СФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах СКФО

У картофеля импортного производства степень привлекательности (5) выше, чем у отечественного (4,4).

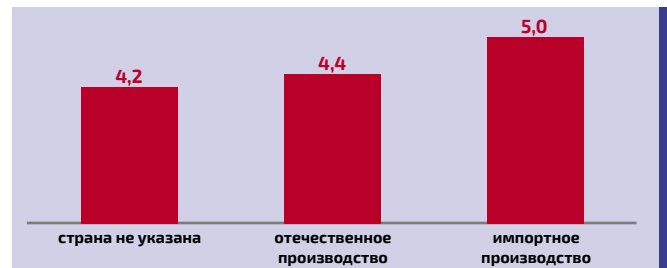


Рис. 8. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах СКФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах КФО

Средняя оценка степени потребительской привлекательности отечественного картофеля в Крыму — 3,6 балла



Рис. 9. Оценка потребительской привлекательности картофеля в магазинах КФО (по пятибалльной шкале)





Продовольственная безопасность: яблоки

- А что это у вас все яблоки понадкусаны?
- Так это американские, сорт Apple...



Честная оценка

Эксперты Центра мониторинга НТП отмечают, что, наравне с ценой, еще одним фактором, определяющим выбор товаров, является качество предлагаемой продукции. В рамках опроса городского населения респондентов просили оценить качество продуктов, в первую очередь, из санкционных категорий, чтобы посмотреть, изменилось ли оно за прошедший год в связи с введенным эмбарго и растущими ценами. Оценке подверглись такие товары, как молоко и молочные продукты, мясо и мясная гастрономия, рыба и морепродукты, сыры, овощи, фрукты и сухофрукты. В опросе приняли участие 1000 человек в возрасте от 18 до 60 лет, проживающие во всех федеральных округах и всех типах городов.

Выяснилось, что, по мнению покупателей, наиболее стабильным на протяжении года оставалось качество молока, масла и молочной продукции — такого мнения придерживаются две трети опрошенных (66—68%). По остальным категориям

от 50 до 60% участников опроса поставили нейтральные оценки, означающие неизменность качества продукции.

Исключением, пожалуй, можно назвать только сыры. При оценке качества сыров был получен самый высокий негативный результат — 33% россиян считают, что качество товаров в этой категории за год ухудшилось. Нареканиям по качеству также подверглись фрукты (20%) и рыба (19%). Это самые высокие доли ответов об ухудшении качества продуктов. Удивительно, но покупатели отмечают падение качества там, где у нас, казалось бы, имеются все возможности для производства собственных конкурентоспособных товаров. Необходимо отдельно разобраться, почему в условиях эмбарго качество ряда продуктов перестало удовлетворять россиян. В этом плане есть положительные примеры, на которые следует равняться. Так, каждый пятый участник опроса (20—23%) ответил, что за 2015 год в качестве прибавили мясо и овощи.



Разнообразие

Разнообразие яблок в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Среднее количество видов яблок в одном магазине совсем небольшое — 4,2. В 79% магазинов представлено от одного до пяти видов яблок, самый распространенный показатель — три вида (22%) — тоже неожиданно. Максимальное количество — 29 видов, причем в Красноярском крае.



Таблица 1. Представленность различных видов яблок в магазинах федеральных округов

#	Округ	Среднее количество видов яблок в одном магазине	Максимальное количество видов яблок в одном магазине
1	ЦФО	4,4	8
2	ЮФО	3,8	10
3	СЗФО	4,4	10
4	ДФО	3,3	11
5	СФО	5,7	29
6	УФО	2,7	10
7	ПФО	4,7	20
8	СКФО	4,2	13
9	КФО	2,3	3

Разнообразие

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах ЦФО

В 40% магазинов представлено 5-6 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 8 (г. Тверь, магазин «Перекресток»; г. Воронеж, магазин «Перекресток»; г. Калуга, магазин «Перекресток», г. Малоярославец, магазин «Атак»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 4,4.

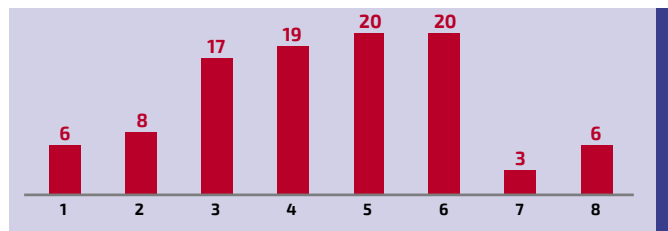


Рис. 1. Доля магазинов в ЦФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах ЮФО

В 29% магазинов представлено 3 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 10 (представлено в 5% исследуемых магазинов: Астраханская область, г. Камызяк, магазин «Магнит»; Волгоградская область, г. Волжский, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 3,8.

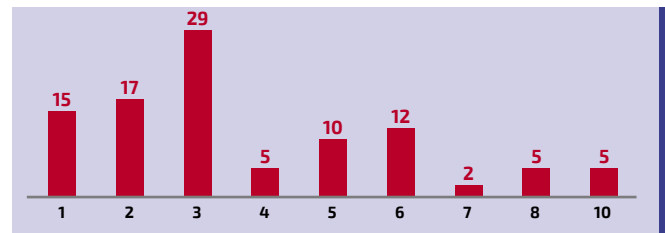


Рис. 2. Доля магазинов в ЮФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах УФО

В 35% магазинов представлен лишь 1 вид яблок. Максимальное количество видов яблок — 10 (Тюменская область, г. Тюмень, магазин «Ашан»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 2,7.

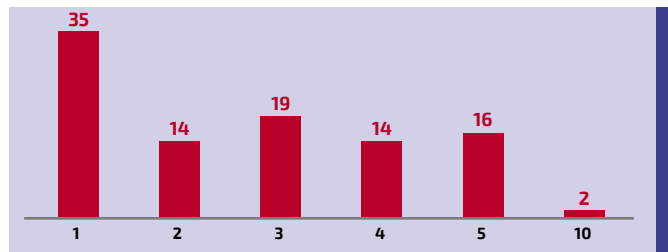


Рис. 3. Доля магазинов в УФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах ПФО

20% магазинов представлено 3 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 20 (Самарская область, г. Чапаевск, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 4,7.

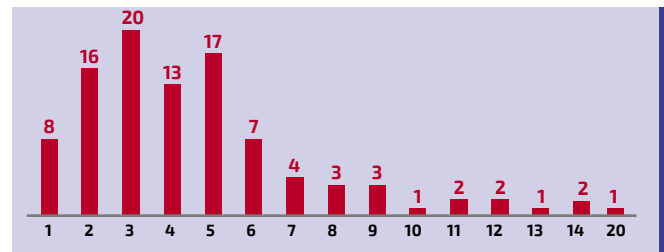


Рис. 4. Доля магазинов в ПФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах СЗФО

В 44% магазинов представлено от 3 до 4 различных видов яблок. Максимальное количество видов яблок — 10 (г. Санкт-Петербург, магазин «Окей», магазин «Полушка»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 4,4.

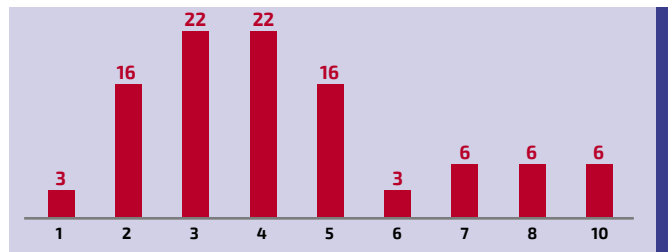


Рис. 5. Доля магазинов в СЗФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах ДФО

В 29% магазинов представлено 3 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 11 (Хабаровский край, г. Хабаровск, магазин «Самбери»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 3,3.

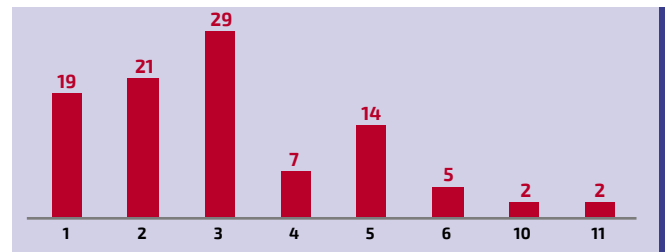


Рис. 6. Доля магазинов в ДФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах СФО

В 21% магазинов представлено 4 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 29 (Красноярский край, г. Минусинск, магазин «Командор»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 5,7.

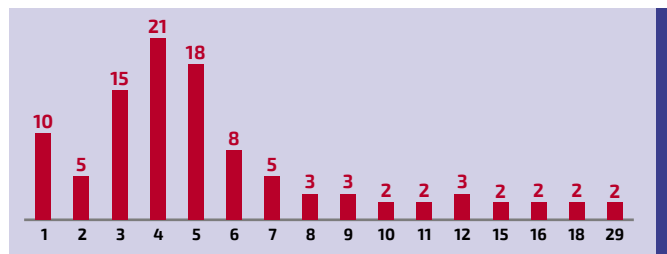


Рис. 7. Доля магазинов в СФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах СКФО

В 33% магазинов представлено 3 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 13 (Ставропольский край, г. Ставрополь, магазин «Лента»). Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 4,2.

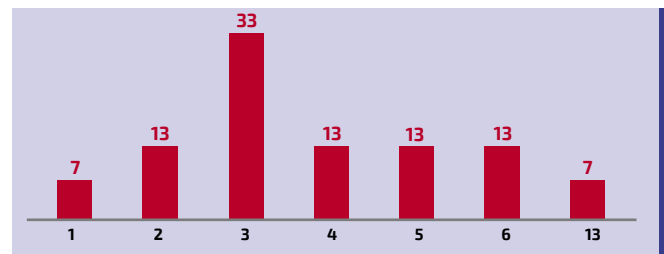


Рис. 8. Доля магазинов в СКФО с различным количеством видов яблок, %

Разнообразие

Разнообразие видов яблок, представленных в магазинах КФО

В 50% магазинов представлено 3 различных вида яблок. Максимальное количество видов яблок — 3. Среднее значение количества видов яблок в одном магазине — 2,3.

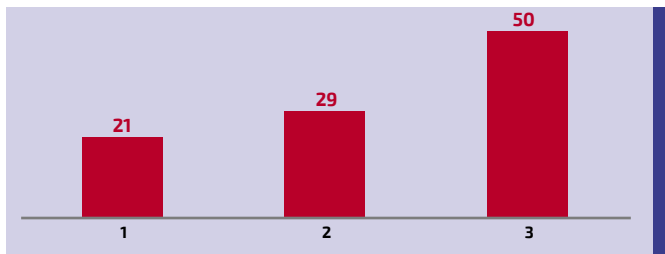


Рис. 9. Доля магазинов в КФО с различным количеством видов яблок, %



Стоимость

Стоимость яблок в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Максимальная цена на яблоки — 320 руб./кг, минимальная — 30 руб./кг (крымские яблоки, регион-производитель — Крым), средняя — 91 руб./кг. Наиболее частая цена на яблоки — от 60 до 90 руб. за кг. В этом ценовом интервале продается 50% всей продукции. Свыше 60 руб./кг цена — на 81% видов яблок, представленных в магазинах РФ. Всё же к дорогим яблокам население привыкнуть не может.



Таблица 1. Значение цен на яблоки в различных федеральных округах (сортировка по возрастанию средней цены)

Округ	Средняя цена, руб./кг	Максимальная цена, руб./кг	Минимальная цена, руб./кг	Диапазон цен, руб./кг
КФО	65	81	30	51
ЦФО	83	150	41	109
СКФО	83	203	45	158
ЮФО	84	173	41	132
ПФО	84	215	34	181
СЗФО	85	152	40	112
УФО	87	180	40	140
СФО	105	234	50	184

Стоимость

Таблица 2. Магазины, в которых зафиксирована минимальная цена на яблоки

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ПФО	Нижегородская область	Нижний Новгород	«Ашан»	34,09	Россия
ПФО	Пензенская область	Кузнецк	«Магнит»	43,80	Россия
СЗФО	Санкт-Петербург	Санкт-Петербург	«Ашан»	39,69	Россия
УФО	Тюменская область	Тюмень	«Ашан»	39,80	Россия
ЦФО	Воронежская область	Новая Усмань	«Магнит»	43,50	страна не указана
ЦФО	Воронежская область	Новая Усмань	«Ермак»	41,00	Республика Беларусь
ЦФО	Тверская область	Торжок	«Дикси»	42,90	страна не указана
ЮФО	Волгоградская область	Волгоград	«Лента»	40,99	Россия
КФО	Севастополь	Севастополь	«Яблоко»	29,99	Россия, Крым

Таблица 3. Магазины, в которых зафиксирована максимальная цена на яблоки

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ДФО	Приморский край	Владивосток	«Фреш 25»	210,00	Новая Зеландия
ДФО	Хабаровский край	Комсомольск-на-Амуре	«Самбери»	220,00	Новая Зеландия
ДФО	Хабаровский край	Комсомольск-на-Амуре	«Унимарт»	231,50	страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Полярков»	240,00	страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Изобилити»	320,00	страна не указана
ПФО	Пензенская область	Кузнецк	«Ашан»	215,00	Сербия
СФО	Новосибирская область	Новосибирск	«Ашан»	233,95	Сербия
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Мирный	Советская 5	220,00	страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Мирный	Советская 5	290,00	страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Мирный	«Экспресс 3»	217,00	страна не указана

Стоимость

Цены на яблоки в магазинах ЦФО

Максимальная цена — 150 руб./кг, минимальная — 41 руб./кг, средняя — 83 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.



Рис. 1. Цены на яблоки в магазинах ЦФО, руб./кг

Цены на яблоки в магазинах ЮФО

Максимальная цена — 173 руб./кг, минимальная — 41 руб./кг, средняя — 84 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

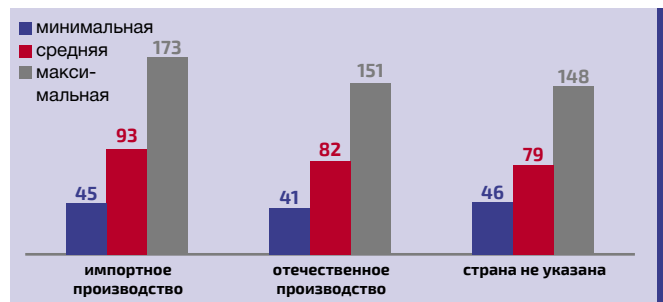


Рис. 2. Цены на яблоки в магазинах ЮФО, руб./кг

Стоимость

Цены на яблоки в магазинах УФО

Максимальная цена — 180 руб./кг, минимальная — 40 руб./кг, средняя — 87 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

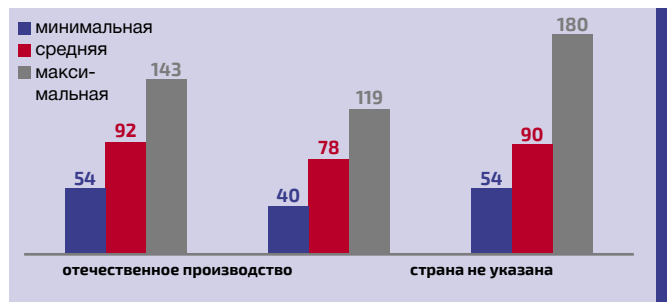


Рис. 3. Цены на яблоки в магазинах УФО, руб./кг

Цены на яблоки в магазинах ПФО

Максимальная цена — 215 руб./кг, минимальная — 34 руб./кг, средняя — 84 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

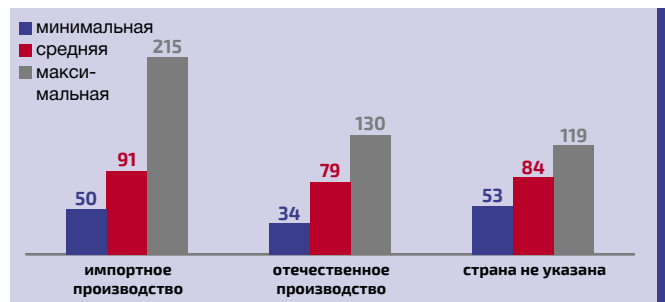


Рис. 4. Цены на яблоки в магазинах ПФО, руб./кг

Стоимость

Цены на яблоки в магазинах СЗФО

Максимальная цена — 152 руб./кг, минимальная — 40 руб./кг, средняя — 85 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

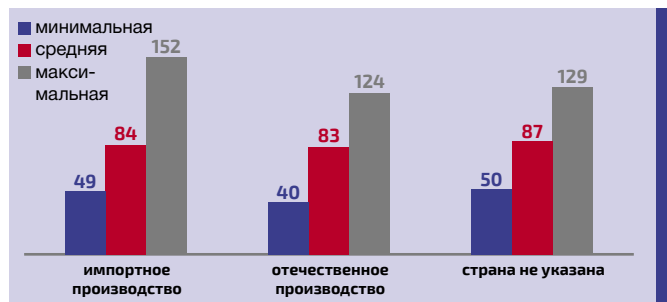


Рис. 5. Цены на яблоки в магазинах СЗФО, руб./кг

Цены на яблоки в магазинах ДФО

Максимальная цена — 320 руб./кг, минимальная — 60 руб./кг, средняя — 133 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

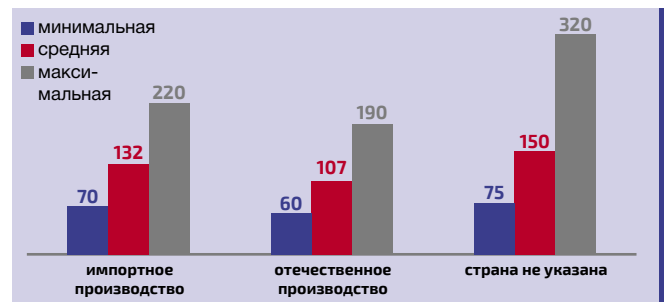


Рис. 6. Цены на яблоки в магазинах ДФО, руб./кг

Стоимость

Цены на яблоки в магазинах СФО

Максимальная цена — 234 руб./кг, минимальная — 50 руб./кг, средняя — 105 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

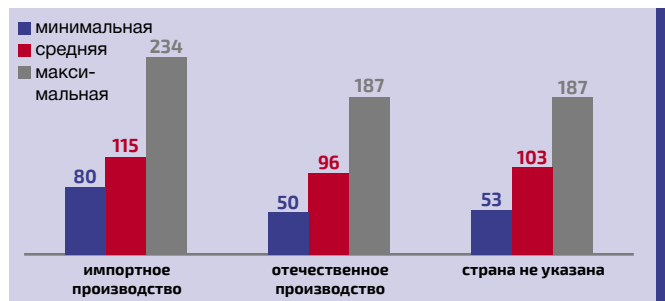


Рис. 7. Цены на яблоки в магазинах СФО, руб./кг

Цены на яблоки в магазинах СКФО

Максимальная цена — 203 руб./кг, минимальная — 45 руб./кг, средняя — 83 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

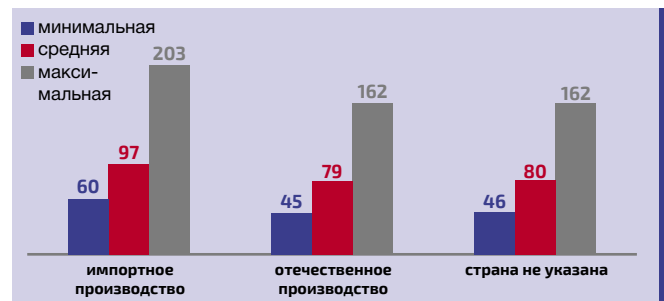


Рис. 8. Цены на яблоки в магазинах СКФО, руб./кг

Стоимость

Цены на яблоки в магазинах КФО

Максимальная цена — 81 руб./кг, минимальная — 30 руб./кг, средняя — 65 руб./кг. Отечественные яблоки в среднем дешевле импортных.

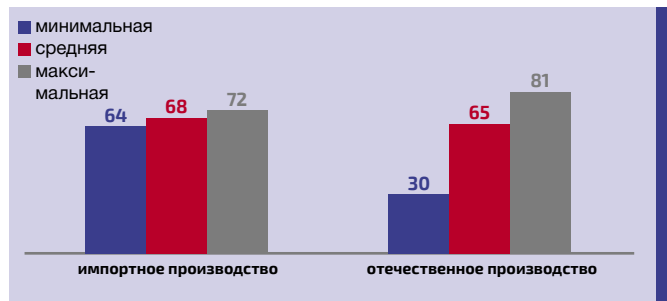


Рис. 9. Цены на яблоки в магазинах КФО, руб./кг

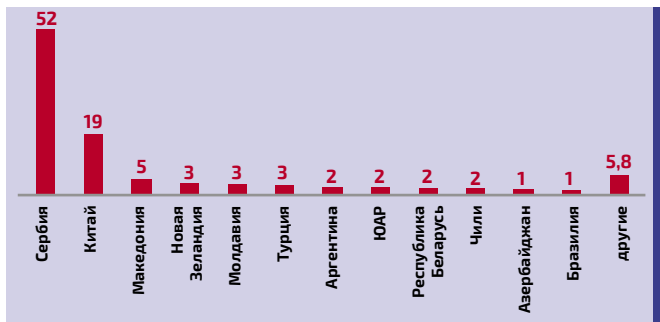


Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Доля видов импортных яблок среди представленных в магазинах РФ — 32%. У 39% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 30 стран импортируют яблоки в РФ, лидером среди которых является Сербия (площадь страны в 193 раза меньше площади РФ). И как в ЮФО может быть 24% импортных яблок?!

Рис. 1. Страновое происхождение яблок, %



Страновое происхождение

Таблица 1. Страновое происхождение яблок (сортировка по мере убывания доли отечественной продукции)

Округ	Импортное производство,%	Отечественное производство,%	Страна не указана,%
КФО	9	91	0
ЮФО	24	61	15
ПФО	33	37	31
СКФО	22	29	49
УФО	24	28	47
СФО	32	20	48
ЦФО	21	15	64
СЗФО	54	15	31
ДФО	66	11	23

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах ЦФО

Доля импортных яблок — 21%, отечественных — 15%. У 64% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 10 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии.



Рис. 2. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах ЦФО, %

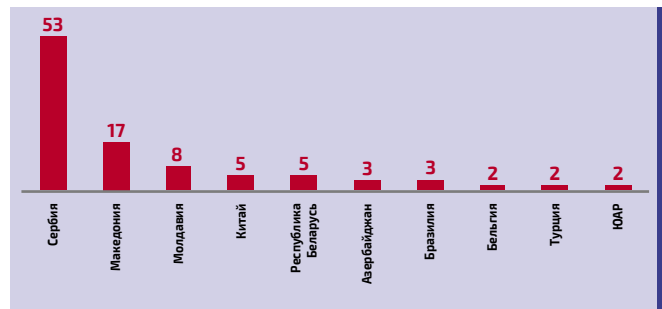


Рис. 3. Страны-производители яблок в магазинах ЦФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах ЮФО

Доля импортных яблок — 24%, отечественных — 61%. У 15% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 10 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии.



Рис. 4. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах ЮФО, %

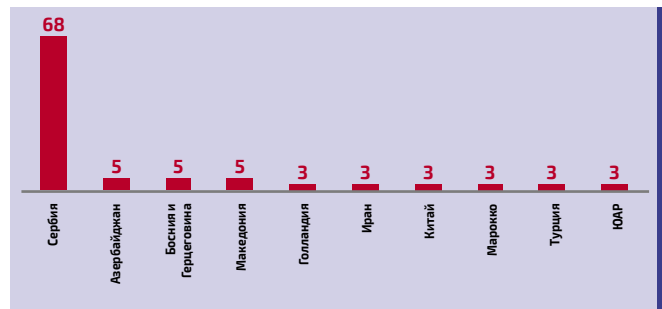


Рис. 5. Страны-производители яблок в магазинах ЮФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах УФО

Доля импортных яблок — 24%, отечественных — 28%. У 47% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 10 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии.



Рис. 6. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах УФО, %

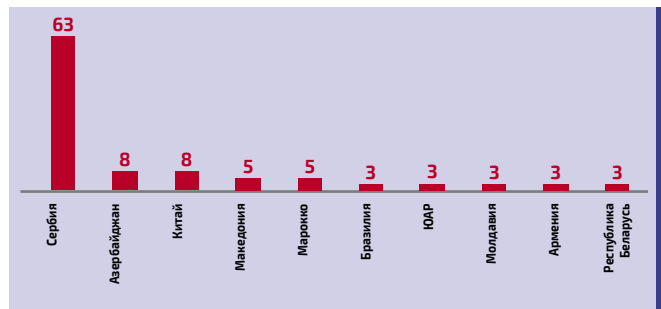


Рис. 7. Страны-производители яблок в магазинах УФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах ПФО

Доля импортных яблок — 33%, отечественных — 37%. У 31% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 16 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии.



Рис. 8. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах ПФО, %

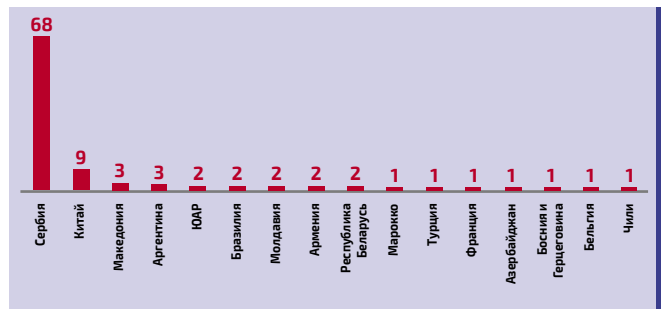


Рис. 9. Страны-производители яблок в магазинах ПФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах СЗФО

Доля импортных яблок — 54%, отечественных — 15%. У 31% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 5 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии.



Рис. 10. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах СЗФО, %



Рис. 11. Страны-производители яблок в магазинах СЗФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах ДФО

Доля импортных яблок — 66%, отечественных — 11%. У 23% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 11 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Китая.



Рис. 12. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах ДФО, %

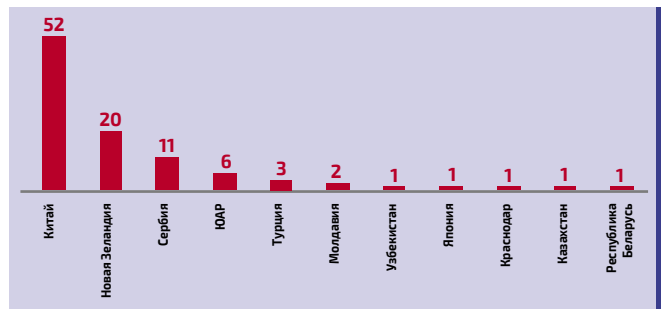


Рис. 13. Страны-производители яблок в магазинах ДФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах СФО

Доля импортных яблок — 32%, отечественных — 20%. У 48% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 17 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии и Китая.



Рис. 14. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах СФО, %

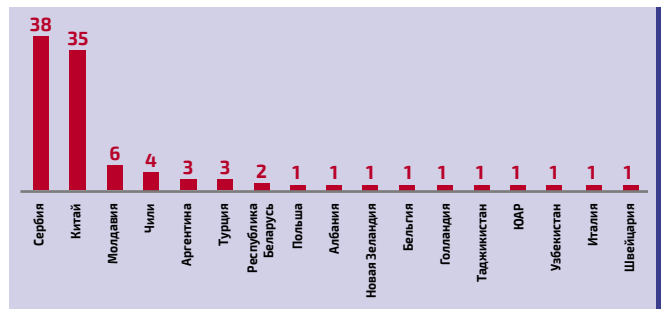


Рис. 15. Страны-производители яблок в магазинах СФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах СКФО

Доля импортных яблок — 22%, отечественных — 29%. У 49% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 5 стран являются импортерами яблок. Наибольшую долю представленности имеет продукция Сербии.



Рис. 16. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах СКФО, %

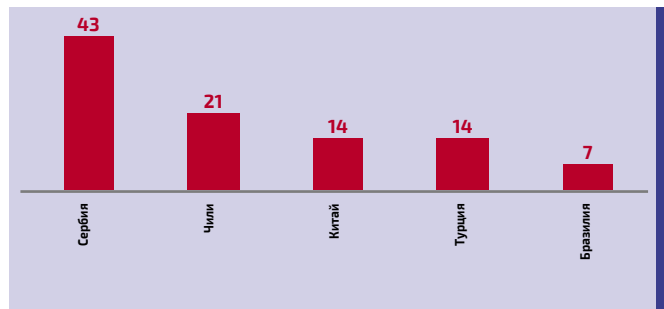


Рис. 17. Страны-производители яблок в магазинах СКФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение яблок в магазинах КФО

Доля представленности яблок импортного производства — 9%, основной импортер — Украина.



Рис. 18. Доля отечественного/импортного производства яблок в магазинах КФО, %

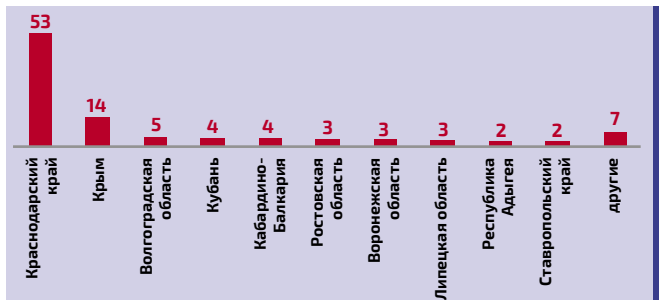


Региональное происхождение

Региональное происхождение яблок в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Как минимум 19 российских регионов являются производителями яблок. Максимальная доля представленности с огромным отрывом — у продукции Краснодарского края.

Рис. 1. Региональное происхождение яблок, %



Региональное происхождение

Региональное происхождение яблок в магазинах ЦФО

У 72% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют яблоки в магазины ЦФО. Лидер по доле представленности — Воронежская область.



Рис. 2. Регионы-производители яблок в магазинах ЦФО, %

Региональное происхождение яблок в магазинах ЮФО

У 72% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют яблоки в магазины ЮФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.

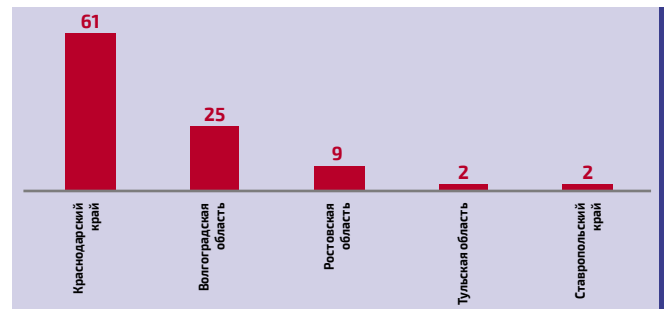


Рис. 3. Регионы-производители яблок в магазинах ЮФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение яблок в магазинах УФО

У 29% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 6 субъектов РФ поставляют яблоки в магазины УФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.

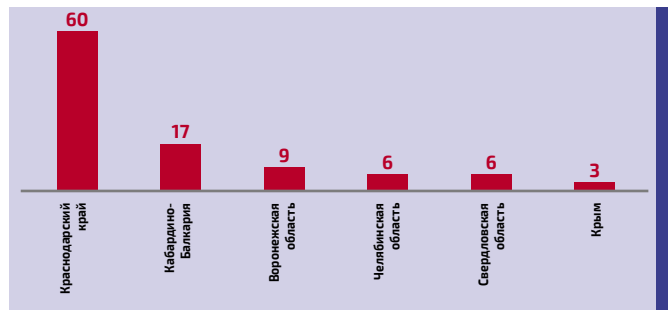


Рис. 4. Регионы-производители яблок в магазинах УФО, %

Региональное происхождение яблок в магазинах ПФО

У 71% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 8 субъектов РФ поставляют яблоки в магазины ПФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.

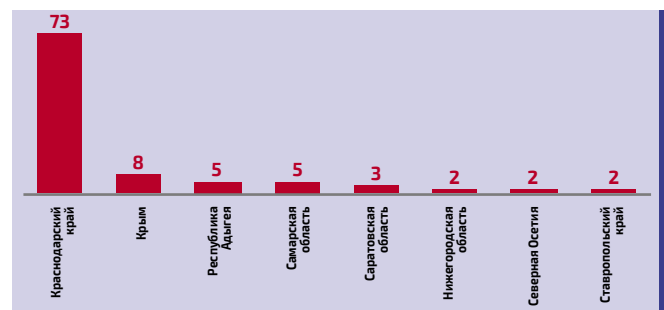


Рис. 5. Регионы-производители яблок в магазинах ПФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение яблок в магазинах СЗФО

У 86% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 2 субъекта РФ поставляют яблоки в магазины СЗФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.

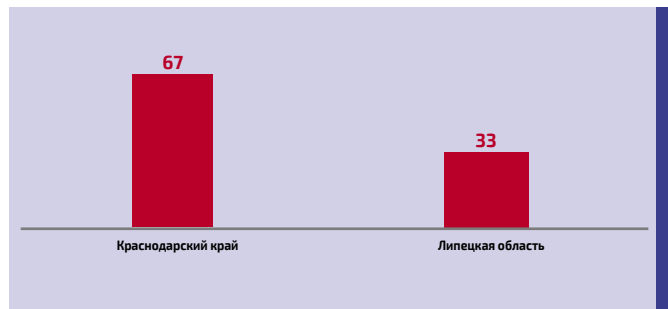


Рис. 6. Регионы-производители яблок в магазинах СЗФО, %

Региональное происхождение яблок в магазинах ДФО

У 27% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 4 субъекта РФ поставляют яблоки в магазины ДФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.



Рис. 7. Регионы-производители яблок в магазинах ДФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение яблок в магазинах СФО

У 37% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 9 субъектов РФ поставляют яблоки в магазины СФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.

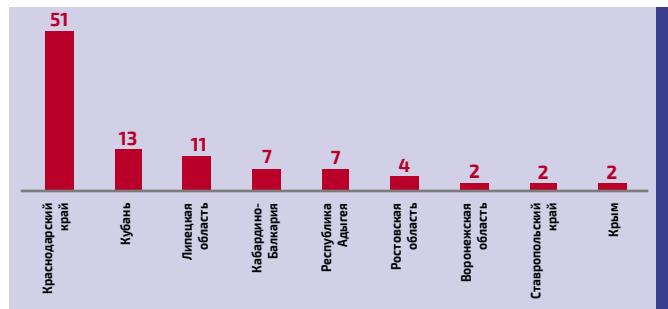


Рис. 8. Регионы-производители яблок в магазинах СФО, %

Региональное происхождение яблок в магазинах СКФО

У 50% продукции не удалось установить, какой регион является производителем яблок. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют яблоки в магазины СКФО. Лидер по доле представленности — Краснодарский край.

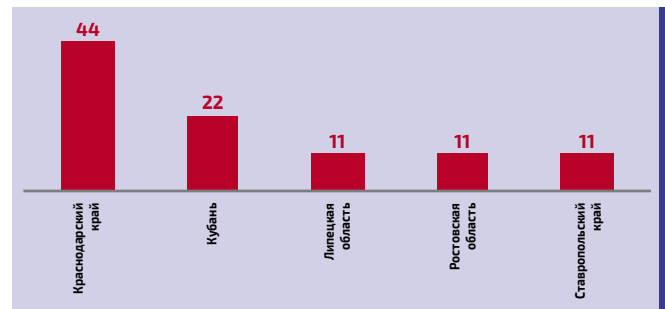


Рис. 9. Регионы-производители яблок в магазинах СКФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение яблок в магазинах КФО

Доля представленности яблок отечественного производства — 91%. 90% отечественной продукции произведено в Крыму, у остальных 10% регион-производитель не установлен.

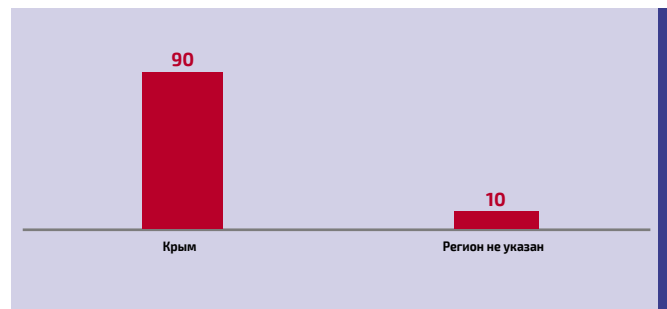


Рис. 10. Регионы-производители яблок в магазинах КФО, %



Потребительская привлекательность

Потребительская привлекательность яблок в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Удивительным образом «пятерка» поставлена импортным яблокам в СКФО! Но в целом наши яблочки явно привлекательнее зарубежных.

Таблица 1. Оценка потребительской привлекательности яблок

Федеральные округа отсортированы по мере убывания разницы между оценкой отечественной продукции и оценкой импортной продукции.

Округ	Импортное производство	Отечественное производство
ЮФО	4,0	4,4
КФО	3,7	4,0
УФО	4,1	4,3
ЦФО	4,4	4,3
ПФО	4,6	4,5
СФО	4,5	4,4
СЗФО	4,3	4,0
СКФО	5,0	4,7
ДФО	4,2	3,7



Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ЦФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4,4) выше, чем у отечественных (4,3).



Рис. 1. Доля магазинов в ЦФО с различным количеством видов картофеля

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ЮФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4) ниже, чем у отечественных (4,4).



Рис. 2. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ЮФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах УФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4,1) ниже, чем у отечественных (4,3).

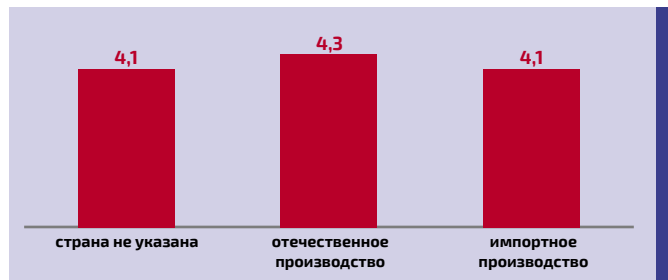


Рис. 3. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах УФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ПФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4,6) выше, чем у отечественных (4,5).



Рис. 4. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ПФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах СЗФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4,3) выше, чем у отечественных (4).



Рис. 5. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах СЗФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ДФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4,2) выше, чем у отечественных (3,7).



Рис. 6. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах ДФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах СФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (4,5) выше, чем у отечественных (4,4).



Рис. 7. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах СФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах СКФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (5) выше, чем у отечественных (4,7).



Рис. 8. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах СКФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах КФО

У яблок импортного производства степень привлекательности (3,7) ниже, чем у отечественных (4).

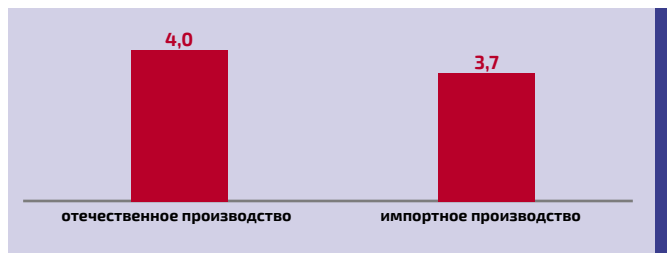


Рис. 9. Оценка потребительской привлекательности яблок в магазинах КФО (по пятибалльной шкале)





Продовольственная безопасность: морковь

*Не домой, не на суп,
а к любимой в гости
две морковинки несусь
за зеленый хвостик.
Я много дарил
конфет да букетов,*

*но больше всех
дорогих даров
я помню
морковь драгоценную эту
и пол-полена
березовых дров.*

Владимир Маяковский



Не в бренде счастье

Исследователи Центра мониторинга НТР особо отмечают, что четверо сократилась доля тех россиян, кто считает качественными продукты известных марок и производителей, — с 19% в 2012 году до 5% в конце 2015-го. Как показывают наши опросы, население недовольно снижением качества ряда продуктов из антисанкционного списка, в первую очередь сыра и рыбы. Ранее лидирующее положение на полках магазинов в этих категориях принадлежало широко разрекламированным брендам, в том числе транснациональным. Теперь покупатели стараются избегать их и ищут продукцию небольших местных производителей в надежде, что последние сделали упор не на количестве, а на качестве. Раскрученная марка перестает играть важную роль в выборе, и покупатель готов голосовать рублем: за известные марки переплачивать желают всё меньше и меньше россиян. Три года назад такой ответ указывали 6% респондентов, тогда как в конце 2015 года доля подобных ответов сократилась на треть и составила уже 4%.

Эксперты считают, что текущая ситуация должна стимулировать государство к более активной поддержке именно локальных

производителей, которые в состоянии удовлетворить потребности населения. Помимо традиционных финансовых инструментов в качестве примеров такой поддержки приводятся предложения региональных активистов ОНФ по возрождению сбытовых кооперативов для решения проблем реализации, организации условий для создания посреднических предприятий по переработке и хранению продукции для круглогодичного обеспечения покупателей, развитию инфраструктуры, повышению информированности о программах поддержки. Особо отмечается, что эти вопросы не могут быть решены исключительно силами региональных министерств сельского хозяйства. Нужна синхронизация действий как с другими профильными ведомствами, так и с крупными бизнес-ассоциациями.

В регионах достаточно много небольших производителей продуктов, которые сосредотачивают свои силы исключительно на производстве. Им нужна помощь в вопросах кооперации, логистики и выхода на рынок. Это первоочередные задачи для местных органов власти и деловых объединений.



Разнообразие

Разнообразие моркови в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Среднее количество видов моркови в одном магазине всего 1,7. В 52% магазинов представлен лишь один вид моркови. А всего в России районировано 19 сортов моркови. Самый распространенный — «Нантская 4».



Таблица 1. Представленность различных видов моркови в магазинах федеральных округов

#	Округ	Среднее количество видов моркови в одном магазине	Максимальное количество видов моркови в одном магазине
1	ЦФО	1,7	3
2	ЮФО	1,9	5
3	СЗФО	1,9	5
4	ДФО	1,5	5
5	СФО	1,5	4
6	УФО	1,4	4
7	ПФО	1,8	6
8	СКФО	1,3	3
9	КФО	1,3	2



Разнообразие

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах ЦФО

В 49% магазинов представлено 2 различных вида моркови. Максимальное количество видов моркови — 3 (представлено в 10% исследуемых магазинов). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,7.

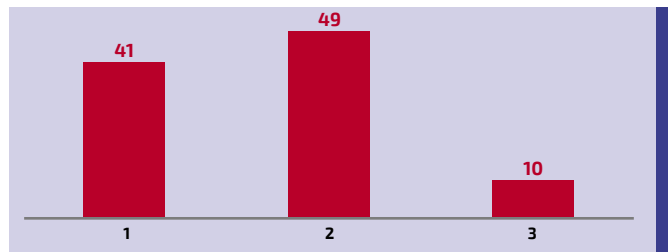


Рис. 1. Доля магазинов в ЦФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах ЮФО

В 80% магазинов представлен 1-2 вида моркови. Максимальное количество видов моркови — 5 (Астраханская область, г. Харабали, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,9.

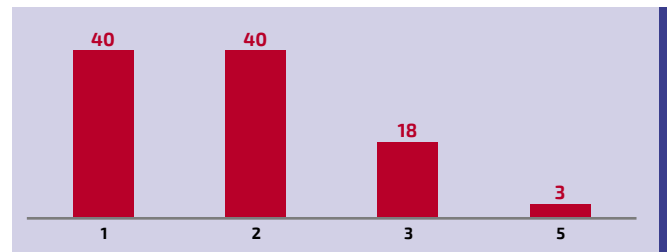


Рис. 2. Доля магазинов в ЮФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах УФО

В 63% магазинов представлен лишь 1 вид моркови. Максимальное количество видов моркови — 4 (Челябинская область, г. Челябинск, магазин «Ашан»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,4.

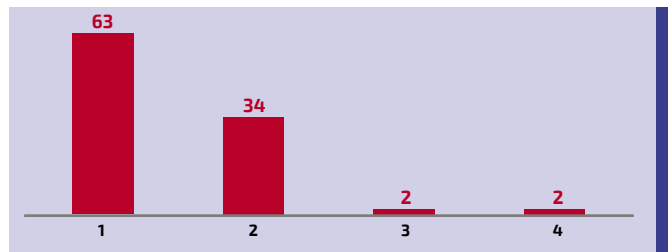


Рис. 3. Доля магазинов в УФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах ПФО

В 43% магазинов представлен лишь 1 вид моркови. Максимальное количество видов моркови — 6 (Самарская область, г. Чапаевск, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,8.

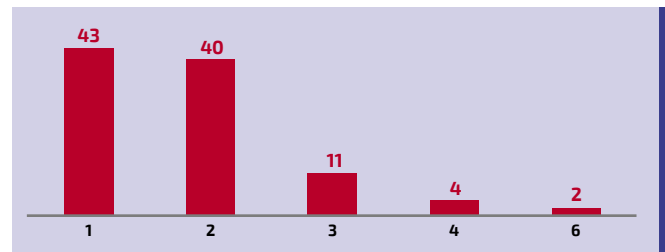


Рис. 4. Доля магазинов в ПФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах СЗФО

В 66% магазинов представлено 2 различных вида моркови. Максимальное количество видов моркови — 5 (г. Санкт-Петербург, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,9.

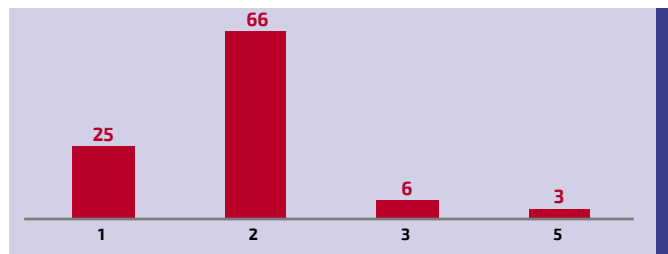


Рис. 5. Доля магазинов в СЗФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах ДФО

В 78% магазинов представлен лишь 1 вид моркови. Максимальное количество видов моркови — 5 (Хабаровский край, г. Комсомольск-на-Амуре, магазин «Самбери», г. Хабаровск, магазин «Самбери»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,5.

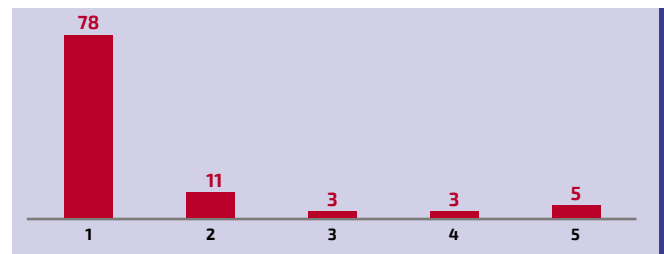


Рис. 6. Доля магазинов в ДФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах СФО

В 68% магазинов представлен лишь 1 вид моркови. Максимальное количество видов моркови — 4 (Красноярский край, г. Красноярск, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,5.

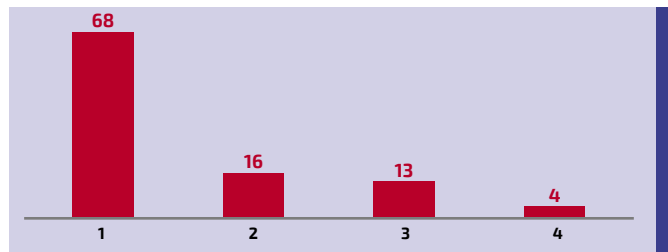


Рис. 7. Доля магазинов в СФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах СКФО

В 73% магазинов представлено 1 вид моркови. Максимальное количество видов моркови — 3 (Ставропольский край, г. Ставрополь, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,3.

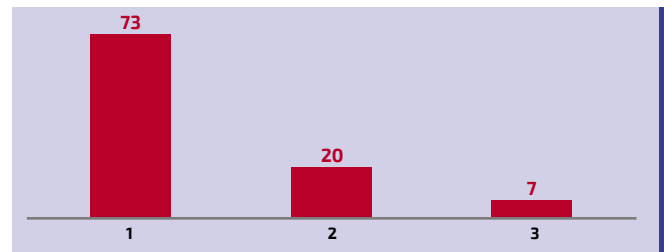


Рис. 8. Доля магазинов в СКФО с различным количеством видов моркови, %

Разнообразие

Разнообразие видов моркови, представленных в магазинах КФО

В 69% магазинов представлен лишь 1 вид моркови. Максимальное количество видов моркови — 2 (представлено в 31% исследуемых магазинов). Среднее значение количества видов моркови в одном магазине — 1,3.



Рис. 9. Доля магазинов в КФО с различным количеством видов моркови, %



Стоимость

Стоимость моркови в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Отечественная морковь в среднем более чем в два раза дешевле, чем импортная. Чем же так полезна южнокорейская морковь стоимостью 250 руб./кг? Она в 50 раз дороже нашей! А средняя цена при таких перепадах составила 34 руб./кг., хотя 43% всей моркови дешевле 25 руб.



Таблица 1. Значение цен на морковь в различных федеральных округах (сортировка по возрастанию средней цены)

Округ	Средняя цена, руб./кг	Максимальная цена, руб./кг	Минимальная цена, руб./кг	Диапазон цен, руб./кг
КФО	25	31	19	12
ЦФО	25	70	13	57
ПФО	28	85	10	75
ЮФО	28	85	11	74
УФО	29	74	12	62
СКФО	29	57	14	44
СЗФО	38	88	5	83
СФО	41	93	12	81
ДФО	69	250	21	230

Стоимость

Таблица 2. Магазины, в которых зафиксирована минимальная цена на морковь

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ПФО	Башкортостан	Салават	«Ансат»	10,00	Россия, Самарская область
ПФО	Нижегородская область	Нижний Новгород	«Ашан»	11,00	Россия
СЗФО	Санкт-Петербург	Санкт-Петербург	«Ашан»	5,12	Республика Беларусь
СФО	Новосибирская область	Новосибирск	«Быстроном»	11,65	Россия
СФО	Новосибирская область	Бердск	«Быстроном»	11,65	Россия
СФО	Новосибирская область	Искитим	«Быстроном»	11,65	Россия, Краснодарский край
СФО	Томская область	Томск	Metro C&C	12,59	Россия, Пермский край
УФО	Челябинская область	Челябинск	«Ашан»	12,40	Россия

Таблица 3. Магазины, в которых зафиксирована максимальная цена на морковь

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ДФО	Приморский край	Владивосток	«Парус»	250,00	Южная Корея
ДФО	Хабаровский край	Хабаровск	«Пеликан»	229,50	Южная Корея
ДФО	Хабаровский край	Хабаровск	«Самбери»	189,98	Южная Корея
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Токко»	128,00	страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Полярков»	105,00	страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Изобилити»	120,00	страна не указана
СФО	Новосибирская область	Новосибирск	«Быстроном»	92,94	Китай
СФО	Новосибирская область	Бердск	«Быстроном»	92,94	Китай
СФО	Новосибирская область	Искитим	«Быстроном»	92,94	Китай
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Мирный	Советская 5	120,00	страна не указана

Стоимость

Цены на морковь в магазинах ЦФО

Максимальная цена — 70 руб./кг, минимальная — 13 руб./кг, средняя — 25 руб./кг. Отечественная морковь в среднем дешевле импортной.

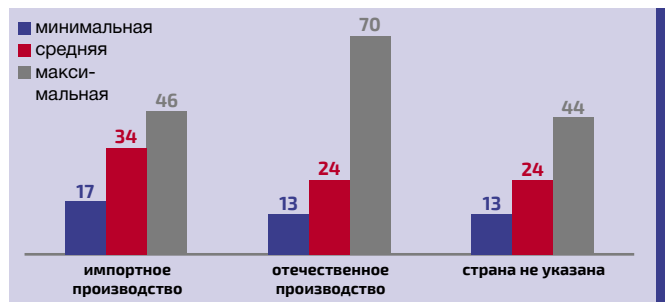


Рис. 1. Цены на морковь в магазинах ЦФО, руб./кг

Цены на морковь в магазинах ЮФО

Максимальная цена — 85 руб./кг, минимальная — 11 руб./кг, средняя — 28 руб./кг. Отечественная морковь в среднем дешевле импортной.

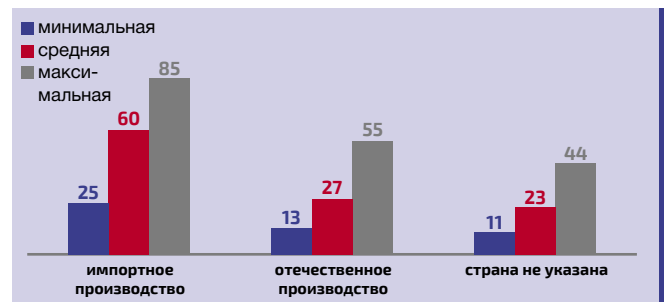


Рис. 2. Цены на морковь в магазинах ЮФО, руб./кг

Стоимость

Цены на морковь в магазинах УФО

Максимальная цена — 74 руб./кг, минимальная — 12 руб./кг, средняя — 29 руб./кг. Отечественная морковь в среднем дешевле импортной.

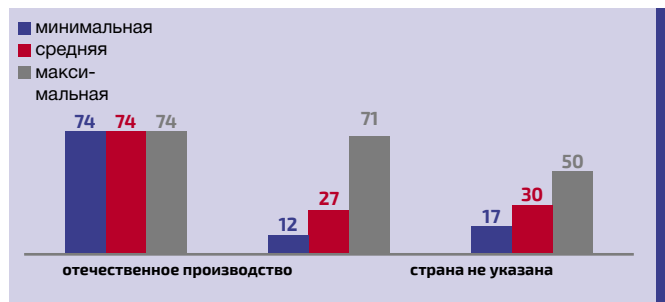


Рис. 3. Цены на морковь в магазинах УФО, руб./кг

Цены на морковь в магазинах ПФО

Максимальная цена — 85 руб./кг, минимальная — 10 руб./кг, средняя — 28 руб./кг. Отечественная морковь в среднем существенно дешевле импортной.

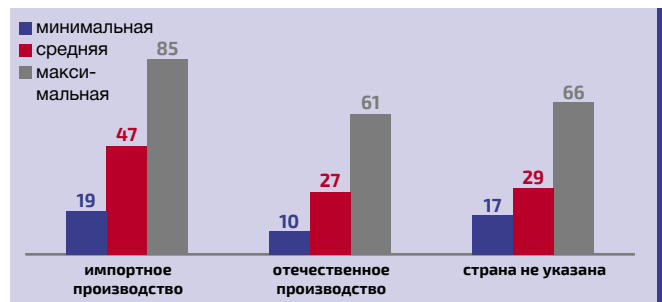


Рис. 4. Цены на морковь в магазинах ПФО, руб./кг

Стоимость

Цены на морковь в магазинах СЗФО

Максимальная цена — 88 руб./кг, минимальная — 5 руб./кг, средняя — 38 руб./кг. Отечественная морковь в среднем незначительно дешевле импортной.

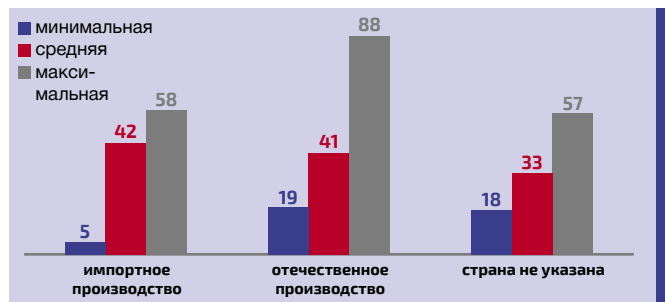


Рис. 5. Цены на морковь в магазинах СЗФО, руб./кг

Цены на морковь в магазинах ДФО

Максимальная цена — 250 руб./кг, минимальная — 21 руб./кг, средняя — 69 руб./кг. Отечественная морковь в среднем дешевле импортной.

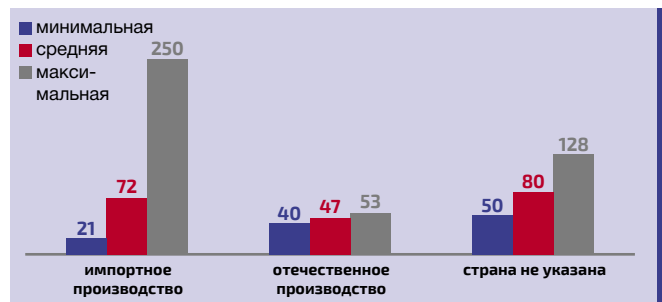


Рис. 6. Цены на морковь в магазинах ДФО, руб./кг

Стоимость

Цены на морковь в магазинах СФО

Максимальная цена — 93 руб./кг, минимальная — 12 руб./кг, средняя — 41 руб./кг. Отечественная морковь в среднем существенно дешевле импортной.

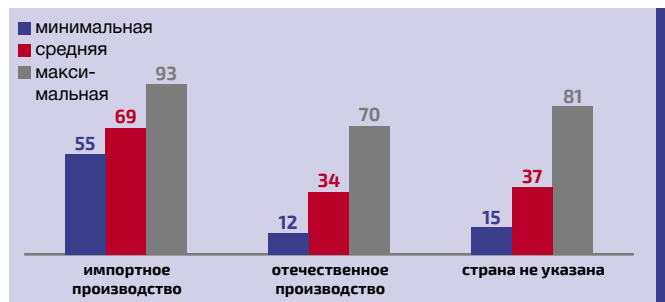


Рис. 7. Цены на морковь в магазинах СФО, руб./кг

Цены на морковь в магазинах СКФО

Максимальная цена — 57 руб./кг, минимальная — 14 руб./кг, средняя — 29 руб./кг. Отечественная морковь в среднем дешевле импортной.

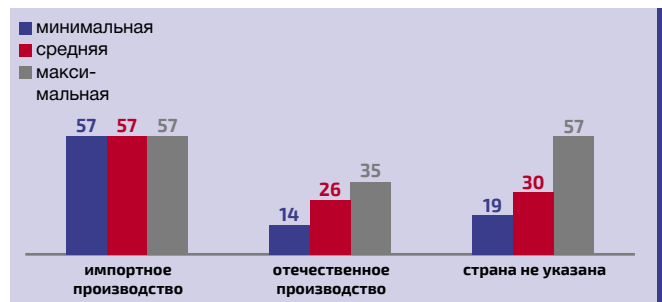


Рис. 8. Цены на морковь в магазинах СКФО, руб./кг

Стоимость

Цены на морковь в магазинах КФО

Максимальная цена — 31 руб./кг, минимальная — 19 руб./кг, средняя — 25 руб./кг.



Рис. 9. Цены на морковь в магазинах КФО, руб./кг

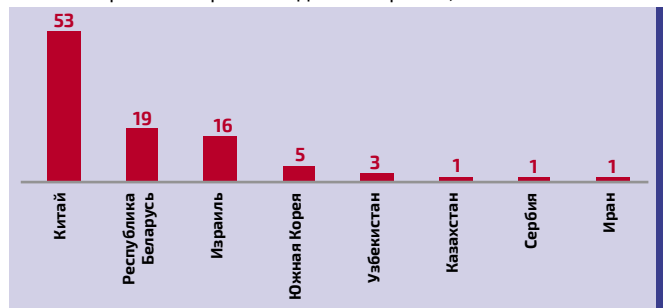


Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Доля импортной моркови, представленной в магазинах РФ — 11%. Но с учетом того, что у 32% продукции не удалось установить производителя, доля импортной моркови может быть иной. К странам-импортерам моркови относится как минимум восемь стран, лидером среди которых является Китай. Неудивительно, что именно в ДФО — 63% импортной моркови, а вот в Крыму, напротив, — 100% моркови отечественного происхождения.

Рис. 1. Страновое происхождение моркови, %



Страновое происхождение

Таблица 1. Страновое происхождение моркови (сортировка по мере убывания доли отечественной продукции)

Округа	Импортное производство,%	Отечественное производство,%	Страна не указана,%
КФО	0	100	0
ЮФО	7	74	19
ПФО	3	74	23
УФО	1	56	43
СКФО	5	50	45
СФО	16	49	34
ЦФО	4	43	53
СЗФО	20	41	39
ДФО	63	17	20

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах ЦФО

Доля импортной моркови — 4%. Но с учетом того, что у половины продукции не удалось установить производителя, доля импортной моркови может быть выше. К странам-импортерам моркови относятся Республика Беларусь и Израиль.



Рис. 2. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах ЦФО, %



Рис. 3. Страны-производители моркови в магазинах ЦФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах ЮФО

Доля импортной моркови — 7%, отечественной — 74%. К странам-импортерам моркови относятся Иран и Израиль.



Рис. 4. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах ЮФО, %

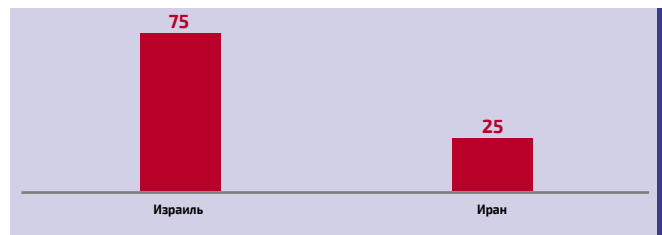


Рис. 5. Страны-производители моркови в магазинах ЮФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах УФО

Доля импортной моркови — 1%, отечественной — 56%. К странам-импортерам моркови относится Израиль.



Рис. 6. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах УФО, %



Рис. 7. Страны-производители моркови в магазинах УФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах ПФО

Доля импортной моркови — 3%, отечественной — 74%. К странам-импортерам моркови относятся Республика Беларусь и Израиль.



Рис. 8. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах ПФО, %



Рис. 9. Страны-производители моркови в магазинах ПФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах СЗФО

Доля импортной моркови — 20%, отечественной — 41%.

К странам-импортерам моркови относятся Республика Беларусь, Сербия и Израиль.



Рис. 10. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах СЗФО, %

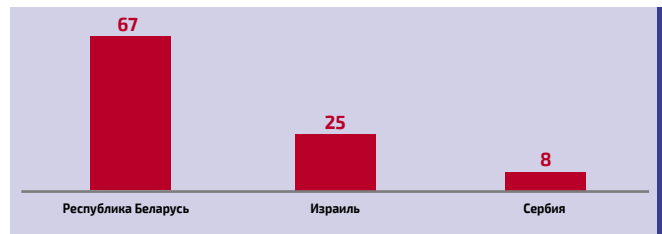


Рис. 11. Страны-производители моркови в магазинах СЗФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах ДФО

Доля импортной моркови — 63%, отечественной — 17%.
К странам-импортерам моркови относятся Китай, Южная Корея, Казахстан.



Рис. 12. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах ДФО, %



Рис. 13. Страны-производители моркови в магазинах ДФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах СФО

Доля импортной моркови — 16%, отечественной — 49%. К странам-импортерам моркови относятся Китай, Узбекистан и Израиль.



Рис. 14. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах СФО, %



Рис. 15. Страны-производители моркови в магазинах СФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах СКФО

Доля импортной моркови — 5%, отечественной — 50%. К странам-импортерам моркови относится Израиль.



Рис. 16. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах СКФО, %

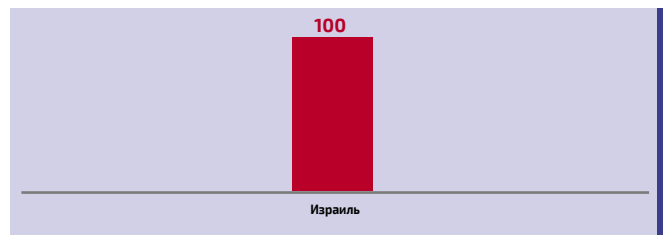


Рис. 17. Страны-производители моркови в магазинах СКФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение моркови в магазинах КФО



Рис. 18. Доля отечественной и импортной моркови в магазинах КФО, %

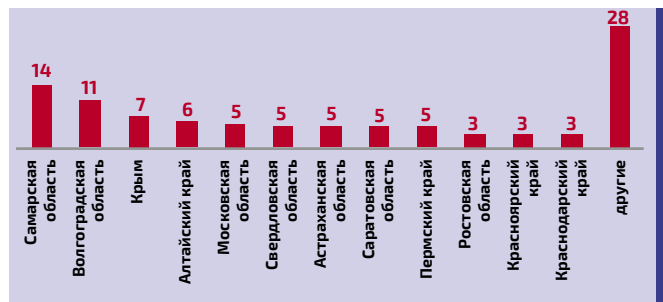


Региональное происхождение

Региональное происхождение моркови в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Как минимум 32 региона являются производителями моркови. Максимальная доля представленности в магазинах РФ у продукции Самарской области. Крым находится на почетном третьем месте!

Рис. 1. Региональное происхождение моркови, %



Региональное происхождение

Региональное происхождение моркови в магазинах ЦФО

У 75% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 8 субъектов РФ поставляют морковь в магазины ЦФО. Явных лидеров по доле представленности нет.

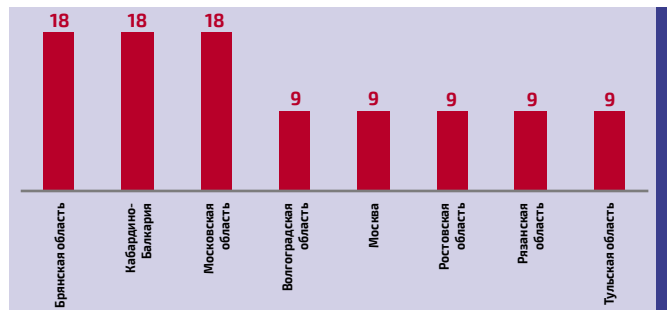


Рис. 2. Регионы-производители моркови в магазинах ЦФО, %

Региональное происхождение моркови в магазинах ЮФО

У 75% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 7 субъектов РФ поставляют морковь в магазины ЮФО. Лидер по доли представленности продукции — Волгоградская область.

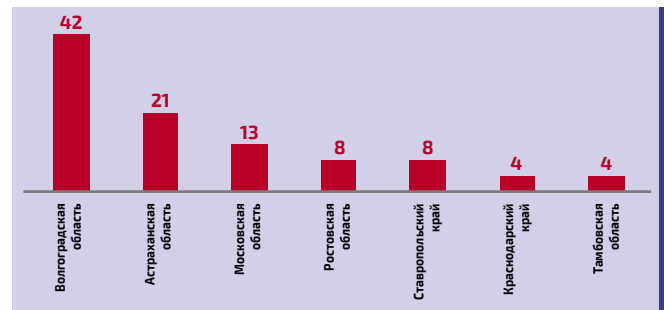


Рис. 3. Регионы-производители моркови в магазинах ЮФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение моркови в магазинах УФО

У 57% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 6 субъектов РФ поставляют морковь в магазины УФО. Лидер по доли представленности продукции — Свердловская область.

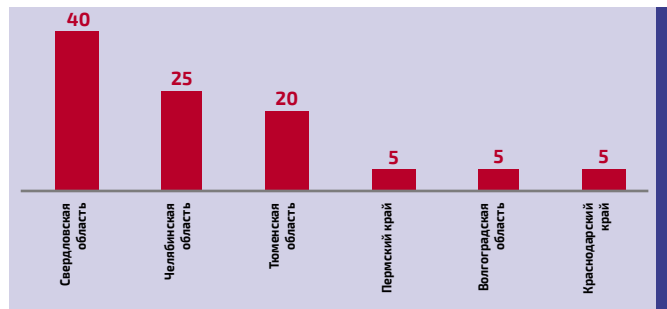


Рис. 4. Регионы-производители моркови в магазинах УФО, %

Региональное происхождение моркови в магазинах ПФО

У 59% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 14 субъектов РФ поставляют морковь в магазины ПФО. Лидер по доли представленности продукции — Самарская область.

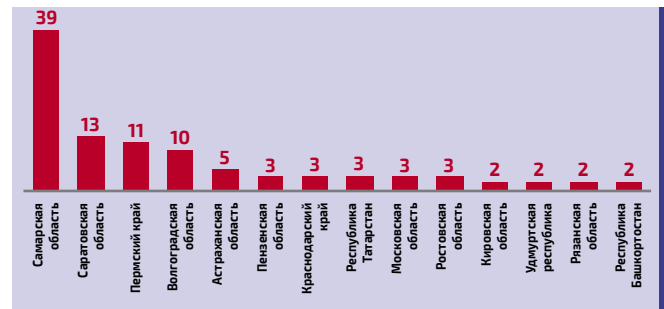


Рис. 5. Регионы-производители моркови в магазинах ПФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение моркови в магазинах СЗФО

У 64% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 4 субъекта РФ поставляют морковь в магазины СЗФО. Лидеры по доли представленности продукции — Ленинградская и Калининградская области.



Рис. 6. Регионы-производители моркови в магазинах СЗФО, %

Региональное происхождение моркови в магазинах ДФО

У 56% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 2 субъекта РФ поставляют морковь в магазины ДФО. Лидер по доли представленности продукции — Приморский край.

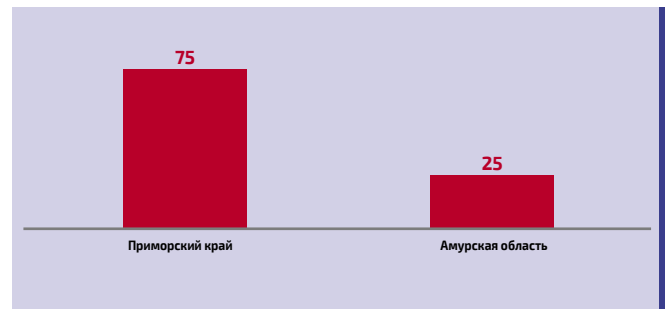


Рис. 7. Регионы-производители моркови в магазинах ДФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение моркови в магазинах СФО

У 50% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют морковь в магазины СФО. Лидер по доли представленности продукции — Алтайский край.



Рис. 8. Регионы-производители моркови в магазинах СФО, %

Региональное происхождение моркови в магазинах СКФО

У 60% продукции не удалось установить, какой регион является производителем моркови. Как минимум 3 субъекта РФ поставляют морковь в магазины СКФО. Лидер по доли представленности продукции — Кабардино-Балкария.

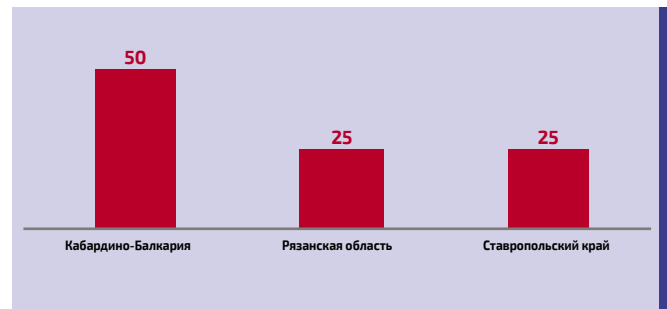


Рис. 9. Регионы-производители моркови в магазинах СКФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение моркови в магазинах КФО

Вся морковь, присутствие которой было зафиксировано в процессе мониторинга в магазинах КФО, отечественная, причем 71% отечественной моркови произведено в Крыму, у остальных 29% не удалось установить регион-производитель.

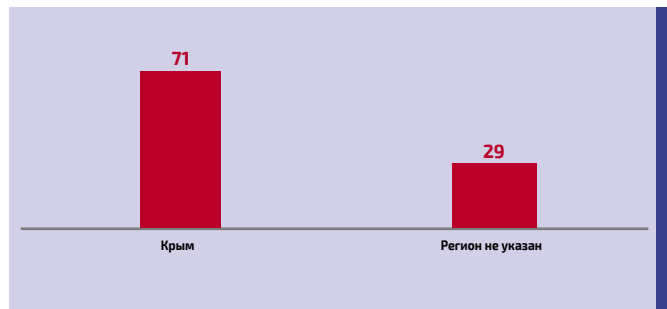


Рис. 10. Регионы-производители моркови в магазинах КФО, %



Потребительская привлекательность

Потребительская привлекательность моркови в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Во всех федеральных округах оценка отечественной продукции ниже оценки импортной. Но расхождения минимальны. Отличную оценку за привлекательность получила только импортная морковь в СКФО.

Таблица 1. Оценка потребительской привлекательности моркови.

Федеральные округа отсортированы по мере убывания разницы между оценкой отечественной продукции и оценкой импортной продукции.

Округ	Импортное производство	Отечественное производство
СЗФО	4,4	4,3
СФО	4,2	4,1
ПФО	4,4	4,2
ЦФО	4,0	3,8
УФО	4,0	3,8
ЮФО	4,0	3,6
СКФО	5,0	4,5
ДФО	4,1	3,3
КФО		3,9



Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ЦФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4) выше, чем у отечественной (3,8).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ЦФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ЮФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4) выше, чем у отечественной (3,6).

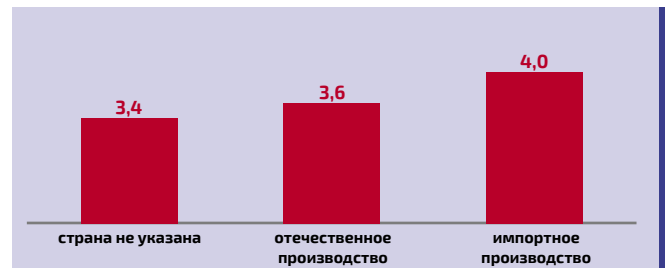


Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ЮФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах УФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4) выше, чем у отечественной (3,8).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах УФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ПФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4,4) выше, чем у отечественной (4,2).

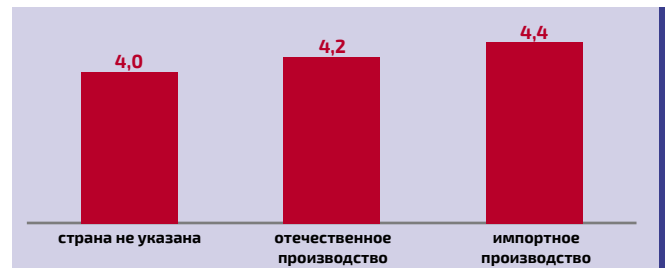


Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ПФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах СЗФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4,4) выше, чем у отечественной (4,3).

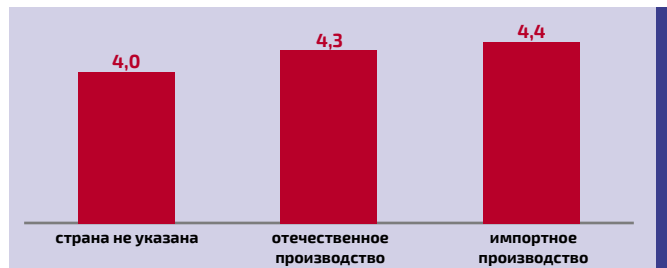


Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах СЗФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ДФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4,1) существенно выше, чем у отечественной (3,3).

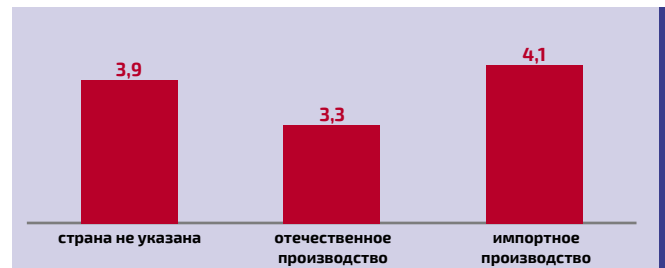


Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах ДФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах СФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (4,2) выше, чем у отечественной (4,1).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах СФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах СКФО

У моркови импортного производства степень привлекательности (5) выше, чем у отечественной (4,5).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах СКФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах КФО

Средняя оценка степени потребительской привлекательности отечественной моркови — 3,9 балла.



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности моркови в магазинах КФО (по пятибалльной шкале)





Продовольственная безопасность: томаты

- *Продавец, почему у вас помидоры зеленые?*
- *Возьмите огурцы, они желтые.*

*Почему меня сорвали
и томатом обозвали?
Что за шутки, что за вздор?
Я – весёлый помидор!*



Свое — роднее

Каждый третий россиянин считает, что качественными могут быть только отечественные продукты питания. Эксперты Центра мониторинга НТР считают, что текущая ситуация должна стимулировать государство к более активной поддержке небольших локальных производителей, которые в состоянии удовлетворить потребности населения в качественном продукте.

Россияне всё больше внимания уделяют качеству продуктов питания. Это показывает исследование, проведенное совместно с исследовательским холдингом «Ромир» в 2015 году в рамках проекта «Гражданский календарь импортозамещения». В опросе приняли участие 1000 человек в возрасте от 18 до 60 лет, проживающие во всех федеральных округах и всех типах городов. Аналогичный опрос проводился осенью 2012 года, что дало возможность проследить динамику. И во многом она оказалась положительной.

Остается стабильно высоким уровень потребительского патриотизма. Более 30% респондентов по-прежнему считают качественными продукты именно отечественного производства. При этом каждый шестой участник опроса (15%) заявил, что готов поддерживать отечественного производителя и платить больше за российские продукты. А вот доля поклонников импортных товаров снижается.

Такое отношение создает благоприятные предпосылки к дальнейшему стимулированию производства, ведь наши фермеры крайне остро зависят от внутреннего рынка сбыта. В Центре мониторинга НТР напоминают, что в ходе общественных слушаний, проведенных в рамках проекта «Гражданский календарь импортозамещения» на Дальнем Востоке, в Поволжье и на юге России, сельхозпроизводители указывали, что проблемы реализации собственной продукции — ключевой фактор, сдерживающий увеличение производства.



Разнообразие

Разнообразие томатов в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Среднее количество видов томатов в одном магазине — 2,4. В 47% магазинов представлен лишь один вид томатов. В 46% магазинов — от двух до четырех видов. Радуют волжские города, где предлагают 12—13 видов. Удивляет северный Норильск — шесть видов!



Таблица 1. Представленность различных видов томатов в магазинах федеральных округов

#	Округ	Среднее количество видов томатов в одном магазине	Максимальное количество видов томатов в одном магазине
1	ЦФО	2,7	13
2	ЮФО	1,8	4
3	СЗФО	3,4	22
4	ДФО	2,4	10
5	СФО	1,7	6
6	УФО	1,5	4
7	ПФО	3,1	13
8	СКФО	2,1	5
9	КФО	1	1

Разнообразие

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах ЦФО

В 35% магазинов представлено 2 различных вида томатов. Максимальное количество видов томатов — 13 (г. Тверь, магазин «Перекресток»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 2,7.

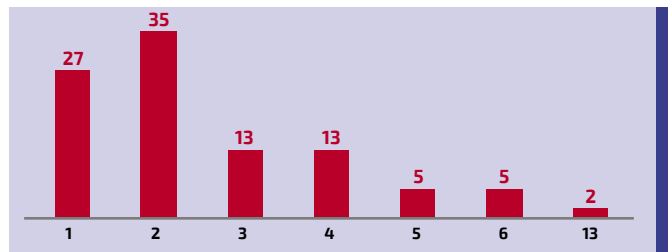


Рис. 1. Доля магазинов в ЦФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах ЮФО

В 47% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 4 (Волгоградская область, г. Волжский, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 1,8.

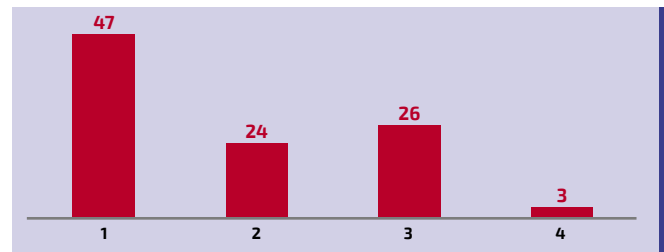


Рис. 2. Доля магазинов в ЮФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах УФО

В 62% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 4 (Свердловская область, г. Каменск-Уральский, магазин «Мегамарт»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 1,5.

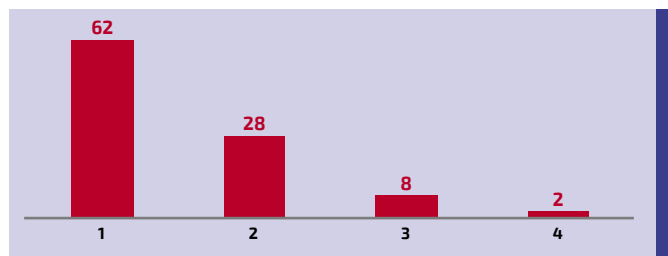


Рис. 3. Доля магазинов в УФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах ПФО

В 39% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 13 (Саратовская область, г. Балашов, магазин «Ашан»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 3,1.

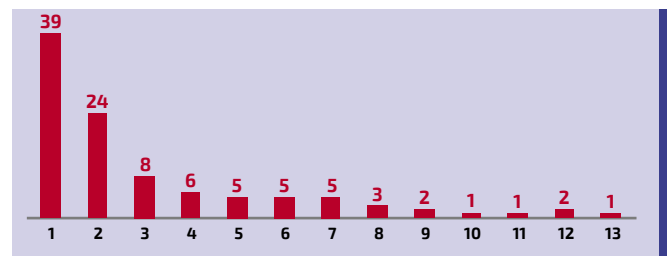


Рис. 4. Доля магазинов в ПФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах СЗФО

В 31% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 22 (г. Санкт-Петербург, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 3,4.

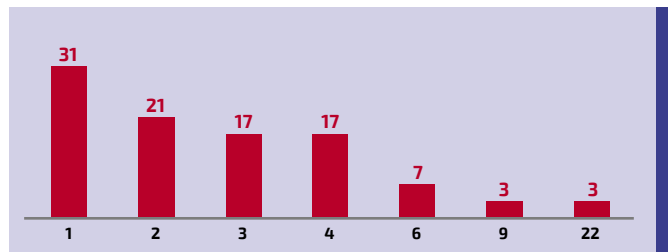


Рис. 5. Доля магазинов в СЗФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах ДФО

В 40% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 10 (Хабаровский край, г. Хабаровск, магазин «Самбери»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 2,4.

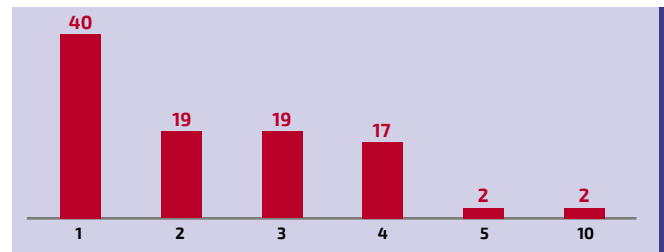


Рис. 6. Доля магазинов в ДФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах СФО

В 68% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 6 (Красноярский край, г. Красноярск, магазин «Окей», г. Норильск, магазин «Океан»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 1,7.

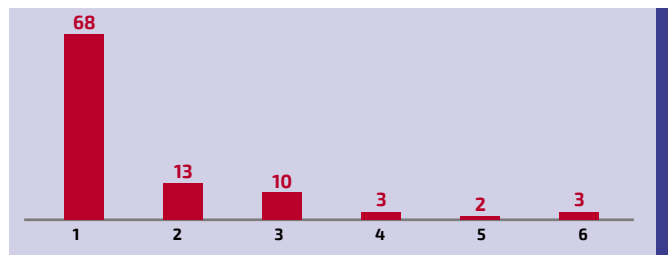


Рис. 7. Доля магазинов в СФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах СКФО

В 50% магазинов представлен лишь 1 вид томатов. Максимальное количество видов томатов — 5 (Ставропольский край, г. Ставрополь, магазин «Лента»). Среднее значение количества видов томатов в одном магазине — 2,1.

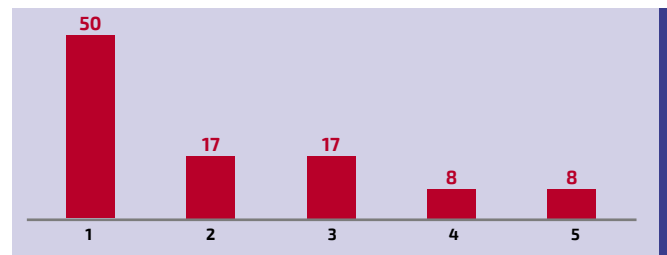


Рис. 8. Доля магазинов в СКФО с различным количеством видов томатов, %

Разнообразие

Разнообразие видов томатов, представленных в магазинах КФО

Во всех магазинах КФО, в которых осуществлялся мониторинг, был зафиксирован лишь 1 вид томатов.

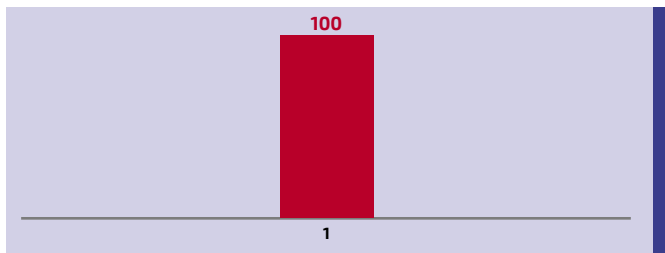


Рис. 9. Доля магазинов в КФО с различным количеством видов томатов, %



Стоимость

Стоимость томатов

Интересные факты. Отечественные томаты в среднем стоят столько же, сколько импортные. Максимальная цена на томаты — 900 руб./кг, минимальная — 65 руб./кг, средняя — 232 руб./кг. Наиболее частая цена на томаты — от 160 до 240 руб. за кг. В этом ценовом интервале продается 45% продукции.



Таблица 1. Значение цен на томаты в различных федеральных округах (сортировка по возрастанию средней цены)

Округ	Средняя цена, руб./кг	Максимальная цена, руб./кг	Минимальная цена, руб./кг	Диапазон цен, руб./кг
ДФО	185	440	112	328
СКФО	201	417	119	298
ЮФО	210	554	84	470
УФО	213	373	108	265
ЦФО	222	641	73	568
СЗФО	222	636	65	571
СФО	232	900	100	800
КФО	233	273	190	83
ПФО	264	813	89	724

СТОИМОСТЬ

Таблица 2. Магазины, в которых зафиксирована минимальная цена на томаты

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ПФО	Кировская область	Котельнич	«Магнит»	89,10	страна не указана
ПФО	Пензенская область	Кузнецк	«Ашан»	97,00	Россия
СЗФО	Санкт-Петербург	Кронштадт	«Магнит»	82,90	Марокко
СЗФО	Санкт-Петербург	Петродворец	«Магнит»	65,10	страна не указана
СЗФО	Санкт-Петербург	Пушкин	«Магнит»	82,90	страна не указана
ЦФО	Калужская область	Малоярославец	«Магнит»	83,90	страна не указана
ЦФО	Тверская область	Конаково	«4 сезона»	73,00	страна не указана
ЮФО	Ростовская область	Новочеркасск	«Пятерочка»	94,85	страна не указана
ЮФО	Ростовская область	Ростов-на-Дону	«Ашан»	83,90	Марокко

Таблица 3. Магазины, в которых зафиксирована максимальная цена на томаты

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Происхождение
ПФО	Кировская область	Кирово-Чепецк	«Глобус»	671,40	Марокко
ПФО	Самарская область	Тольятти	«Лента»	632,48	Марокко
ПФО	Саратовская область	Энгельс	«Лента»	664,10	Россия, Московская область
ПФО	Саратовская область	Энгельс	«Лента»	812,97	Россия, Московская область
ПФО	Республика Татарстан	Нижнекамск	«Лента»	812,97	Россия
СЗФО	Санкт-Петербург	Пушкин	«Перекресток»	636,00	страна не указана
СФО	Красноярский край	Норильск	«Океан»	900,00	страна не указана
ЦФО	Тверская область	Конаково	«Магнит»	640,80	страна не указана
ЦФО	Тверская область	Тверь	«Перекресток»	622,50	Израиль
ЦФО	Тверская область	Тверь	«Перекресток»	636,00	Марокко

Стоимость

Цены на томаты в магазинах ЦФО

Максимальная цена — 641 руб./кг, минимальная — 73 руб./кг, средняя — 222 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дешевле импортных.



Рис. 1. Цены на томаты в магазинах ЦФО, руб./кг

Цены на томаты в магазинах ЮФО

Максимальная цена — 554 руб./кг, минимальная — 84 руб./кг, средняя — 210 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дороже импортных.

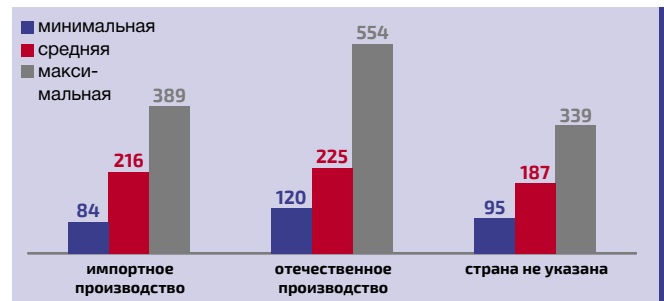


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах ЮФО, руб./кг

Стоимость

Цены на томаты в магазинах УФО

Максимальная цена — 373 руб./кг, минимальная — 108 руб./кг, средняя — 213 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дешевле импортных.

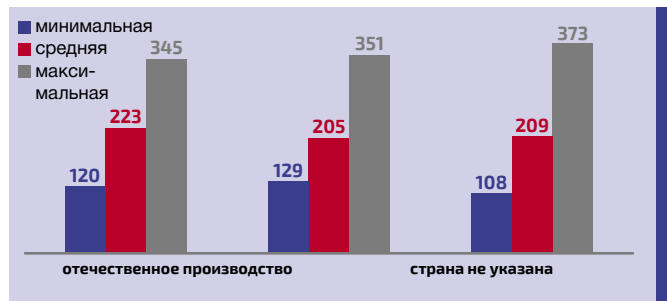


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах УФО, руб./кг

Цены на томаты в магазинах ПФО

Максимальная цена — 813 руб./кг, минимальная — 89 руб./кг, средняя — 264 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дороже импортных.

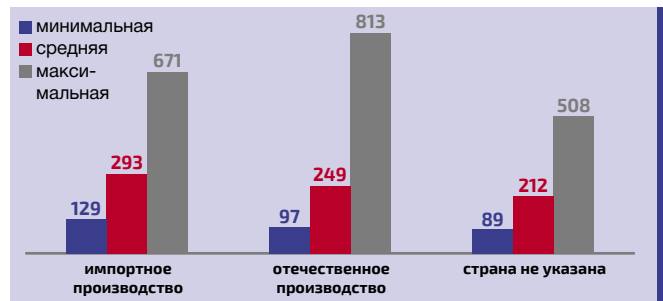


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах ПФО, руб./кг

Стоимость

Цены на томаты в магазинах СЗФО

Максимальная цена — 636 руб./кг, минимальная — 65 руб./кг, средняя — 222 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дороже импортных.

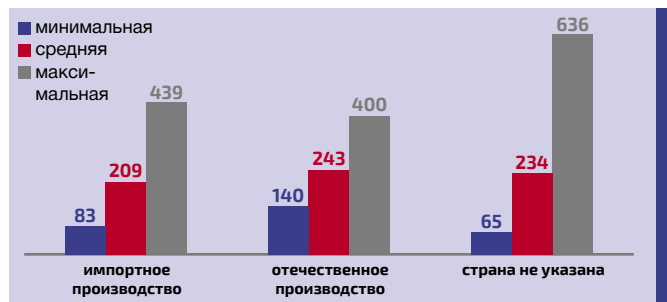


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах СЗФО, руб./кг

Цены на томаты в магазинах ДФО

Максимальная цена — 440 руб./кг, минимальная — 112 руб./кг, средняя — 185 руб./кг.

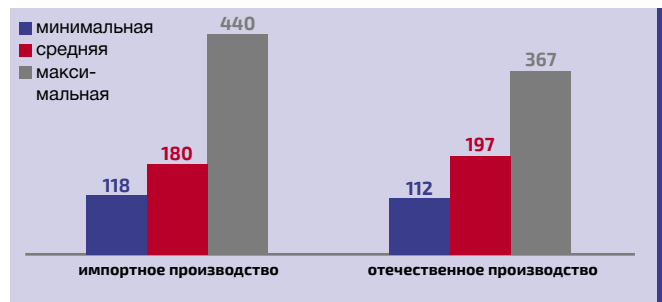


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах ДФО, руб./кг

Стоимость

Цены на томаты в магазинах СФО

Максимальная цена — 900 руб./кг, минимальная — 100 руб./кг, средняя — 232 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дороже импортных.



Рис. 1. Цены на томаты в магазинах СФО, руб./кг

Цены на томаты в магазинах СКФО

Максимальная цена — 417 руб./кг, минимальная — 119 руб./кг, средняя — 201 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дороже импортных.

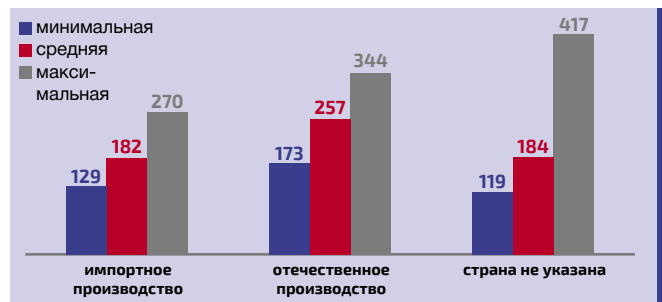


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах СКФО, руб./кг

Стоимость

Цены на томаты в магазинах КФО

Максимальная цена — 273 руб./кг, минимальная — 190 руб./кг, средняя — 233 руб./кг. Отечественные томаты в среднем дороже импортных.

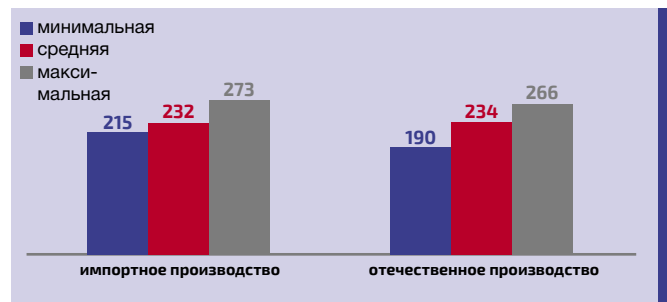


Рис. 1. Цены на томаты в магазинах КФО, руб./кг



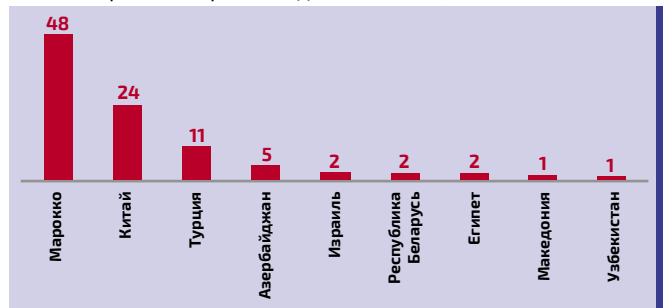
Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Доля импортных томатов — 47%. У 32% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 18 стран импортируют томаты в РФ, лидером среди которых является Марокко.



Рис. 1. Страновое происхождение томатов, %



Страновое происхождение

Таблица 1. Страновое происхождение томатов (сортировка по мере убывания доли отечественной продукции)

Округ	Импортное производство,%	Отечественное производство,%	Страна не указана,%
КФО	33	67	0
ЮФО	33	37	30
УФО	35	30	34
ПФО	51	29	20
СКФО	44	24	32
СФО	46	17	37
СЗФО	52	13	35
ЦФО	35	11	54
ДФО	70	0	30

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах ЦФО

Доля импортных томатов — 35%, отечественных — 11. У 54% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 8 стран являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Марокко.



Рис. 2. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах ЦФО, %

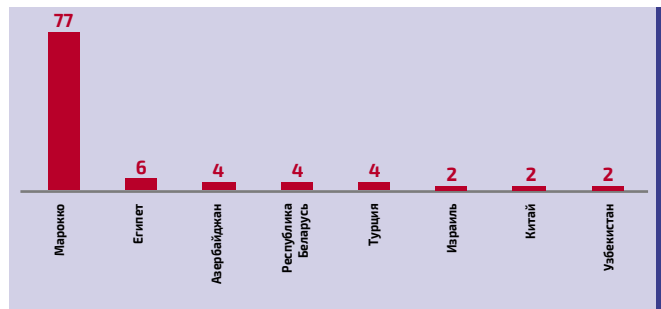


Рис. 3. Страны-производители томатов в магазинах ЦФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах ЮФО

Доля импортных томатов — 33%, отечественных — 37%. У 30% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 3 страны являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Марокко.



Рис. 4. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах ЮФО, %

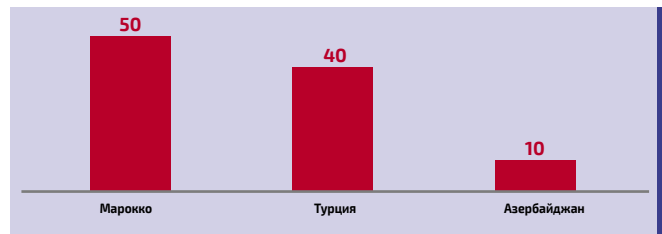


Рис. 5. Страны-производители томатов в магазинах ЮФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах УФО

Доля импортных томатов — 35%, отечественных — 30%. У 34% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 8 стран являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Турции и Марокко.



Рис. 6. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах УФО, %

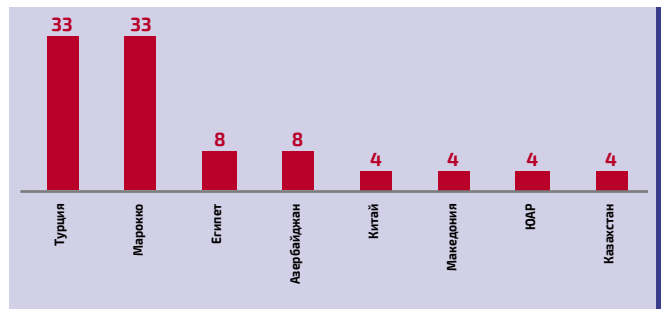


Рис. 7. Страны-производители томатов в магазинах УФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах ПФО

Доля импортных томатов — 51%, отечественных — 29%. Как минимум 8 стран являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Марокко.



Рис. 8. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах ПФО, %

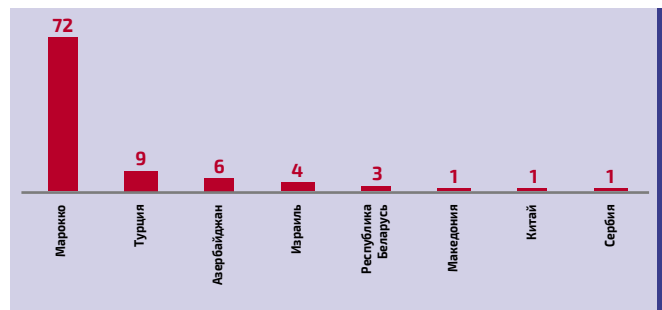


Рис. 9. Страны-производители томатов в магазинах ПФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах СЗФО

Доля импортных томатов — 52%, отечественных — 13%. У 35% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 9 стран являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Марокко.



Рис. 10. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах СЗФО, %

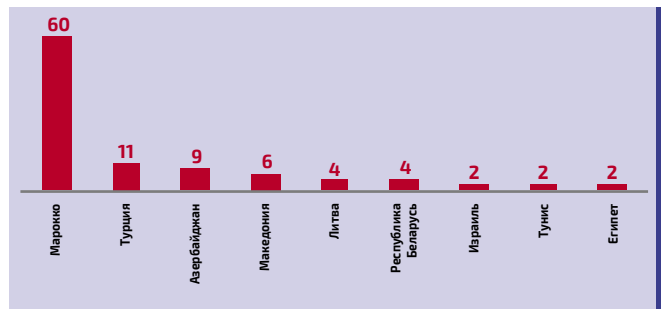


Рис. 11. Страны-производители томатов в магазинах СЗФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах ДФО

Доля импортных томатов — 70%. У 30% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 2 страны являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Китая.



Рис. 12. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах ДФО, %

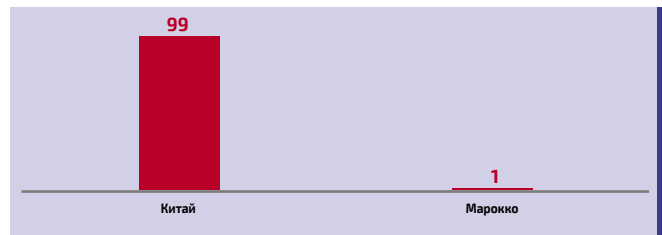


Рис. 13. Страны-производители томатов в магазинах ДФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах СФО

Доля импортных томатов — 46%, отечественных — 17%. У 37% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 7 стран являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Китая.



Рис. 14. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах СФО, %

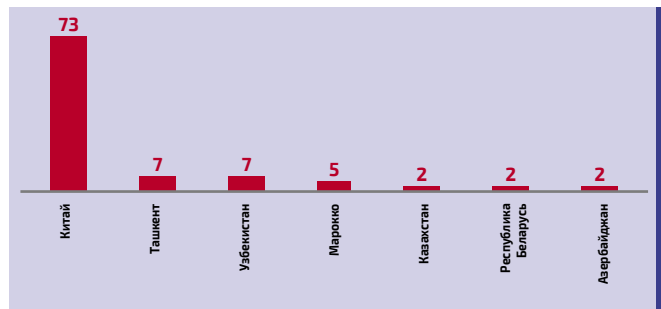


Рис. 15. Страны-производители томатов в магазинах СФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах СКФО

Доля импортных томатов — 44%, отечественных — 24%. У 32% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 5 стран являются импортерами томатов. Наибольшую долю представленности имеет продукция Турции.



Рис. 16. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах СКФО, %

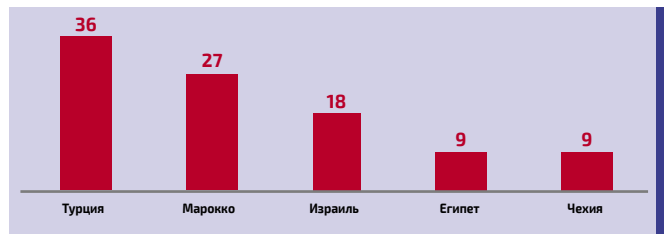


Рис. 17. Страны-производители томатов в магазинах СКФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение томатов в магазинах КФО

Доля представленности томатов импортного производства — 33%, основной импортер — Турция.

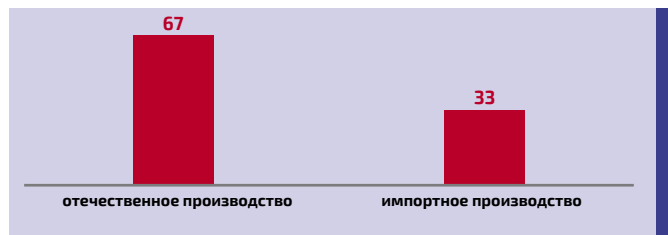


Рис. 18. Доля отечественного/импортного производства томатов в магазинах КФО, %

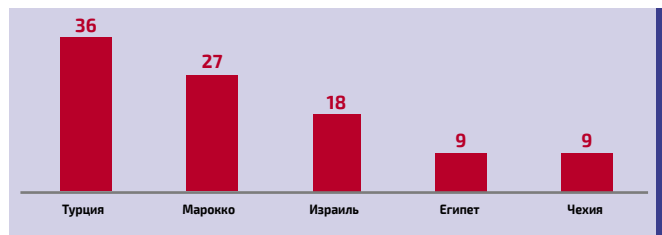


Рис. 19. Страны-производители томатов в магазинах КФО, %

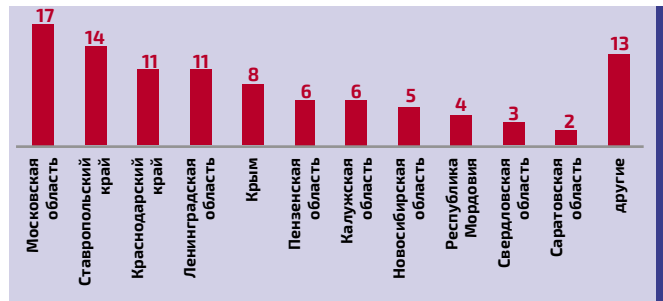


Региональное происхождение

Региональное происхождение томатов в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Как минимум 19 российских регионов являются производителями томатов. Думаете, их значительно больше? Максимальная доля представленности у продукции Московской области. Интересно, что на третьем месте — не самая солнечная Ленинградская область.

Рис. 1. Региональное происхождение томатов, %



Региональное происхождение

Региональное происхождение томатов в магазинах ЦФО

У 75% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют томаты в магазины ЦФО. Лидер по доле представленности — Калужская область.



Рис. 2. Регионы-производители томатов в магазинах ЦФО, %

Региональное происхождение томатов в магазинах ЮФО

У 75% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют томаты в магазины ЮФО. Лидер по доле представленности — Волгоградская область.

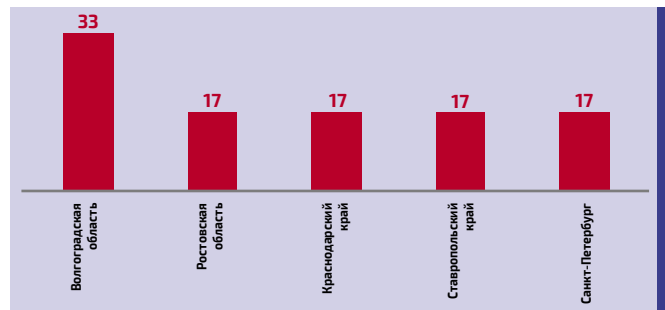


Рис. 3. Регионы-производители томатов в магазинах ЮФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение томатов в магазинах УФО

У 21% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 5 субъектов РФ поставляют томаты в магазины УФО. Лидер по доле представленности — Ставропольский край.

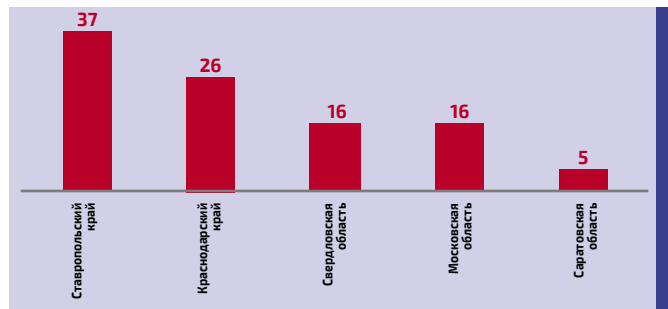


Рис. 4. Регионы-производители томатов в магазинах УФО, %

Региональное происхождение томатов в магазинах ПФО

У 68% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 11 субъектов РФ поставляют томаты в магазины ПФО. Явный лидер по доле представленности — Московская область.

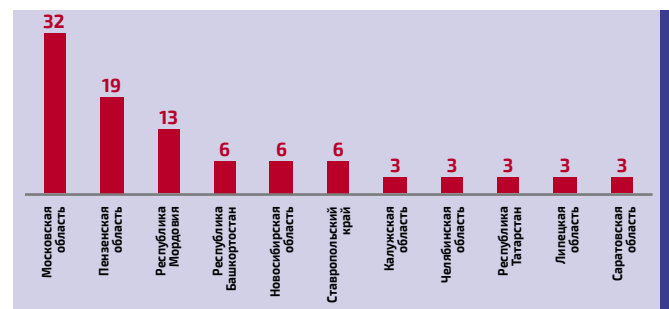


Рис. 5. Регионы-производители томатов в магазинах ПФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение томатов в магазинах СЗФО

У 80% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 3 субъекта РФ поставляют томаты в магазины СЗФО. Лидер по доле представленности — Ленинградская область.



Рис. 6. Регионы-производители томатов в магазинах СЗФО, %

Региональное происхождение томатов в магазинах СФО

У 65% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 2 субъекта РФ поставляют томаты в магазины СФО. Явных лидеров по доле представленности продукции нет.

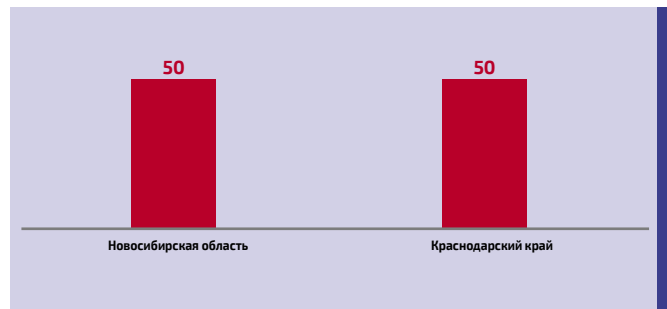


Рис. 7. Регионы-производители томатов в магазинах СФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение томатов в магазинах СКФО

У 50% продукции не удалось установить, какой регион является производителем томатов. Как минимум 3 субъекта РФ поставляют томаты в магазины СКФО. Явных лидеров по доле представленности среди них выделить не представляется возможным.



Рис. 8. Регионы-производители томатов в магазинах СКФО, %

Региональное происхождение томатов в магазинах КФО

Доля представленности томатов отечественного производства — 67%. Вся отечественная продукция произведена в Крыму.

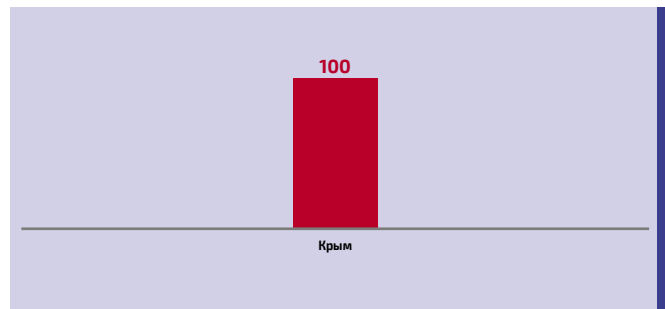


Рис. 9. Регионы-производители томатов в магазинах КФО, %

Потребительская привлекательность

Потребительская привлекательность томатов в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Крым дал «пять» импорту, а СКФО — отечественному производителю. Но в целом здесь самые высокие оценки по сравнению с другими продуктами.

Таблица 1. Оценка потребительской привлекательности томатов

Федеральные округа отсортированы по мере убывания разницы между оценкой отечественной продукции и оценкой импортной продукции.

Округ	Импортное производство	Отечественное производство
УФО	3,9	4,6
СФО	4,2	4,8
СЗФО	4,4	4,8
СКФО	4,5	5,0
ЦФО	4,5	4,6
ЮФО	4,6	4,4
ПФО	4,8	4,6
КФО	5,0	4,4
ДФО	4,4	



Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ЦФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (4,5) ниже, чем у отечественных (4,6).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ЦФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ЮФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (4,6) выше, чем у отечественных (4,4).

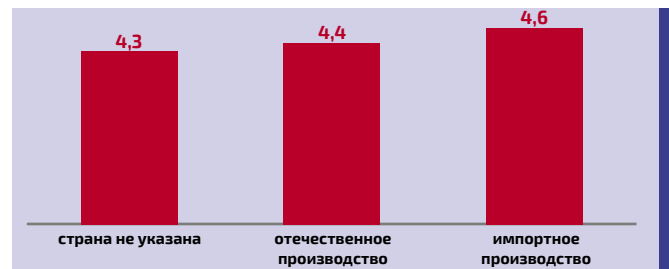


Рис. 2. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ЮФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах УФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (3,9) ниже, чем у отечественных (4,6).



Рис. 3. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах УФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ПФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (4,8) выше, чем у отечественных (4,6).

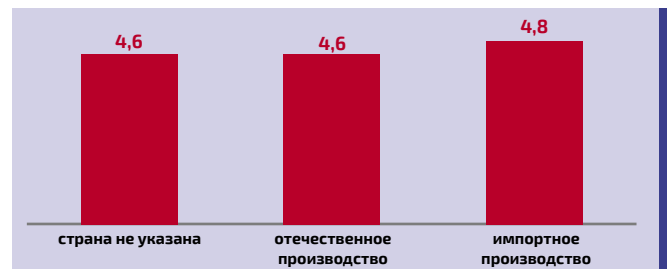


Рис. 4. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ПФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах СЗФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (4,4) ниже, чем у отечественных (4,8).



Рис. 5. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах СЗФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ДФО

У томатов импортного производства степень привлекательности — 4,4.



Рис. 6. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах ДФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах СФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (4,2) ниже, чем у отечественных (4,8).



Рис. 7. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах СФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах СКФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (4,5) ниже, чем у отечественных (5,0).

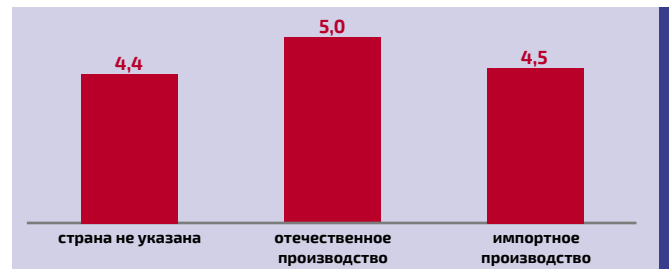


Рис. 8. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах СКФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах КФО

У томатов импортного производства степень привлекательности (5) выше, чем у отечественных (4,4).

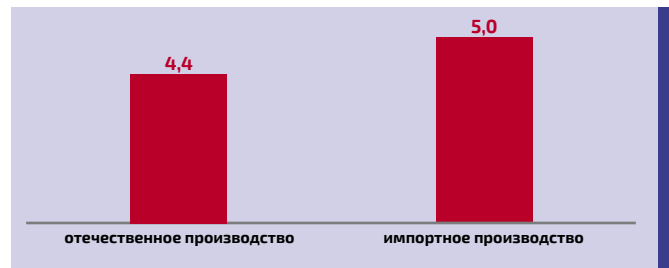


Рис. 9. Оценка потребительской привлекательности томатов в магазинах КФО (по пятибалльной шкале)





Продовольственная безопасность: рыба

«Острейшим ножом он снимал с жирной плачущей розовой лососины ее похожую на змеиную с серебристым отливом шкуру».

Михаил Булгаков «Мастер и Маргарита»



Больше ловим, меньше едим

Рост цен на рыбу и морепродукты на 20% в 2015 году привел к снижению потребления этих продуктов в среднем на 12,2% по сравнению с 2014-м. В первую очередь покупатели отказывались от потребления морепродуктов. По итогам 2015-го их потребление снизилось на 30%. Причиной стало колоссальное повышение цен в данном сегменте — более чем на 40% по сравнению с предыдущим годом. В Центре мониторинга НТР также отметили, что россияне снизили потребление копченой рыбы (—15%) и замороженных полуфабрикатов (—10%). При этом граждане стали больше покупать соленую селедку, стоимость которой выросла не так значительно. Таким образом, покупатели пытаются заместить выпавшие продукты за счет более доступных по цене.

При этом снижение потребления происходит на фоне официальных отчетов о росте общего вылова российских рыбаков на 5% и увеличении прибыли рыболовных компаний в 2,7 раза. Эксперты ОНФ отмечают, что исправить ситуацию исключительно за счет увеличения вылова невозможно. Особенностью российского рынка является то, что объемы официального экспорта почти в два раза превышают объемы импорта. Таким образом, принципиально важно понять, каким образом перенаправить потоки и сделать так, чтобы рыболовным компаниям стало выгодно торговать на внутреннем рынке.

Отдельной проблемой является высокая доля зависимости рыбной отрасли России от импорта, что на фоне падения рубля опять же напрямую отразилось на стоимости конечного продукта.

Государство обязано стимулировать развитие научно-технического потенциала рыбохозяйственного комплекса и отечественное производство в наиболее зависимых от импорта областях рыбной промышленности. Например, производство аквакультуры, рыбных комбикормов, судостроение и рыбопереработку.

По наличию водных площадей, доступных для аквакультуры, Россия является безусловным мировым лидером. Но в 2014 году доля России в производстве аквакультуры, несмотря на большие потенциальные возможности в этой области, среди ключевых стран-производителей составила всего 0,3%, тогда как доля Китая — около 50%. Нет пока в России и конкурентоспособных производителей кормов. Например, на сегодня только частные лососевые рыбоводные заводы Сахалинской области потребляют порядка 200 т кормов, и все они произведены единственной датской компанией. Это значит, что разработка и тестирование новых рецептур кормов и методик кормления также должны стать приоритетным направлением программ развития научно-технического потенциала рыбохозяйственного комплекса страны.

В Центре мониторинга НТР напоминают, что еще в 2013 году была утверждена государственная программа «Развитие рыбохозяйственного комплекса», целью которой является достижение Россией лидирующих позиций в мировом рыболовстве к 2020 году. Там же был очерчен круг необходимых научно-исследовательских направлений, которые должны были вывести отечественный рыбохозяйственный комплекс на новый уровень конкурентоспособности.

Разнообразие

Разнообразие рыбы в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Среднее количество видов рыбы в одном магазине — всего пять! В 16% магазинов представлено лишь три вида рыбы. Не спасают ситуацию даже волжские города, где предлагают от 20 до 35 видов.



Таблица 1. Представленность различных видов рыбы в магазинах федеральных округов

#	Округ	Среднее количество видов рыбы в одном магазине	Максимальное количество видов рыбы в одном магазине
1	ЦФО	4,4	12
2	ЮФО	4,3	18
3	СЗФО	3,5	12
4	ДФО	4,3	14
5	СФО	6	26
6	УФО	2,9	7
7	ПФО	7	35
8	СКФО	3,8	5
9	КФО	2,4	3

Разнообразие

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах ЦФО

В 32% магазинов представлено 2 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 12 (г. Тверь, магазин «Магнит»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 4,4.

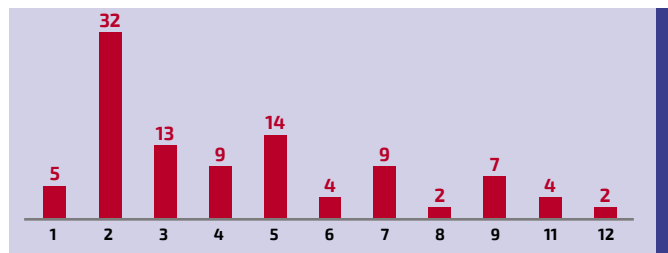


Рис. 1. Доля магазинов в ЦФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах ЮФО

В 27% магазинов представлено 3 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 18 (г. Волгоград, магазин «Окей»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 4,3.

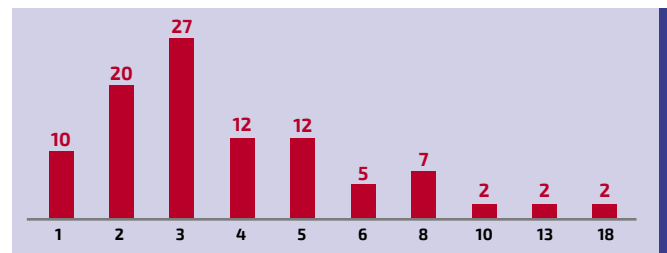


Рис. 1. Доля магазинов в ЮФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах УФО

В 39% магазинов представлен 1 вид рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 7 (Тюменская область, г. Тюмень, магазин «Ашан»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 2,9.

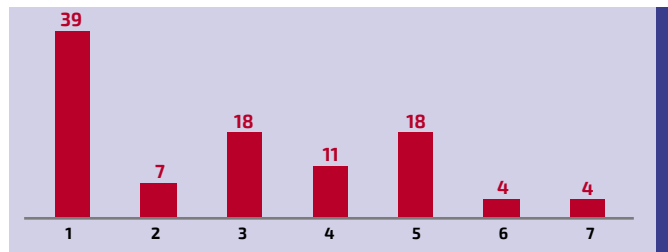


Рис. 1. Доля магазинов в УФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах ПФО

В 16% магазинов представлено 6 видов рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 35 (Саратовская область, г. Энгельс, магазин «Лента»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 7.



Рис. 1. Доля магазинов в ПФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах СЗФО

В 64% магазинов представлено 2 или 3 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 12 (г. Санкт-Петербург, магазин «Ашан»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 3,5.

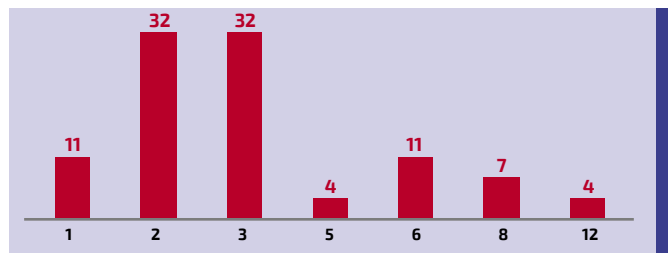


Рис. 1. Доля магазинов в СЗФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах ДФО

В 23% магазинов представлено 4 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 14 (Хабаровский край, г. Хабаровск, магазин «Три кота»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 4,3.

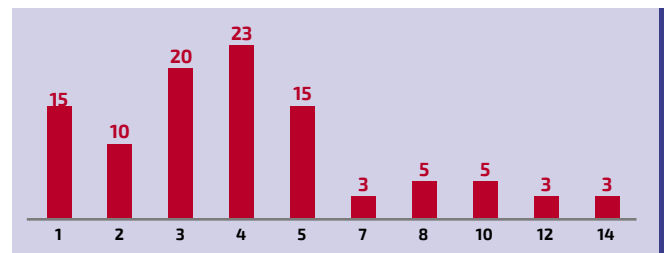


Рис. 1. Доля магазинов в ДФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах СФО

В 19% магазинов представлено 4 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 26 (Томская область, г. Томск, магазин «Метро»). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 6.

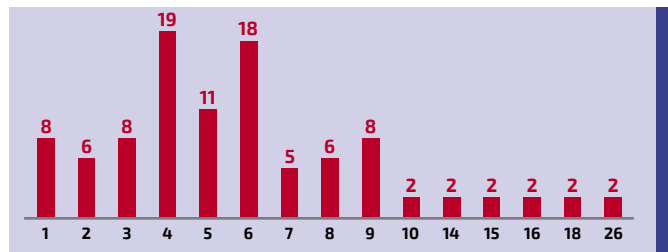


Рис. 1. Доля магазинов в СФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах СКФО

В 38% магазинов представлено 4 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 5 (представлено в 31% исследуемых магазинов). Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 3,8.

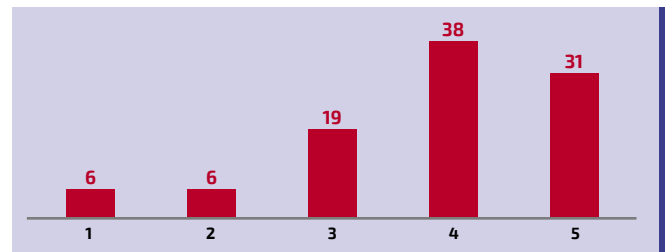


Рис. 1. Доля магазинов в СКФО с различным количеством видов рыбы, %

Разнообразие

Разнообразие видов рыбы, представленных в магазинах КФО

В 50% магазинов представлено 3 вида рыбы. Максимальное количество видов рыбы — 3. Среднее значение количества видов рыбы в одном магазине — 2,4.

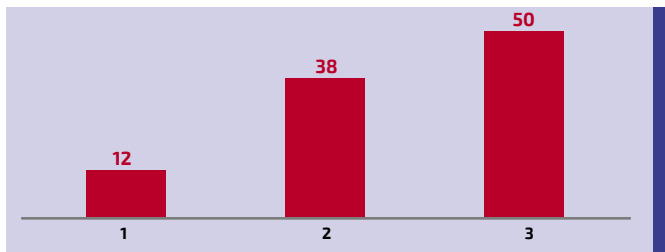


Рис. 1. Доля магазинов в КФО с различным количеством видов рыбы, %



Стоимость

Стоимость рыбы в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Отечественная рыба в среднем дешевле, чем импортная. 56% всей продукции продается в ценовом интервале от 100 до 200 рублей. И лишь 2% — от 700 рублей. Самая дешевая рыба — это путассу из семейства тресковых (33—41 руб.)



Таблица 1. Значение цен на рыбу в различных федеральных округах (сортировка по возрастанию средней цены)

Округ	Средняя цена, руб./кг	Максимальная цена, руб./кг	Минимальная цена, руб./кг	Диапазон цен, руб./кг
УФО	183	700	53	647
КФО	185	299	77	222
СЗФО	196	847	57	791
СФО	204	1088	41	1047
ДФО	208	970	56	914
ЦФО	211	937	33	905
ПФО	215	899	34	866
СКФО	238	698	72	626

Стоимость

Таблица 2. Магазины, в которых зафиксирована минимальная цена на рыбу

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Наименование и происхождение продукции
ПФО	Кировская область	Кирово-Чепецк	«Глобус»	34,40	путассу, Россия
ПФО	Кировская область	Кирово-Чепецк	«Колос»	33,50	путассу, Россия, Кировская область
ПФО	Кировская область	Слободской	«Александровский»	38,00	путассу, страна не указана
СФО	Томская область	Северск	«Магнит»	41,40	путассу, страна не указана
ЦФО	Калужская область	Людиново	«Люмар»	32,70	хамса, страна не указана
ЦФО	Калужская область	Людиново	«Люмар»	33,80	путассу, страна не указана
ЮФО	Астраханская область	Харабали	«Магнит»	41,50	путассу, Россия, Санкт-Петербург
ЮФО	Астраханская область	Харабали	«Магнит»	41,50	путассу, страна не указана

Таблица 3. Магазины, в которых зафиксирована максимальная цена на рыбу

Округ	Субъект РФ	Город	Название магазина	Цена, руб./кг	Наименование и происхождение продукции
ДФО	Хабаровский край	Советская Гавань	ТЦ «Арбуз»	925,00	форель, Чили
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Токко»	970,00	форель, страна не указана
ДФО	Республика Саха (Якутия)	Якутск	«Изобилити»	880,00	ледяная рыба, страна не указана
ПФО	Пензенская область	Пенза	«Перекресток»	899,00	ледяная рыба, Россия, Московская область
СФО	Красноярский край	Норильск	«Подсолнух»	1088,00	семга, страна не указана
СФО	Томская область	Томск	Metro C&C	872,51	морской волк, страна не указана
СФО	Томская область	Томск	Metro C&C	975,01	ледяная рыба, страна не указана
ЦФО	Тверская область	Тверь	«Магнит»	937,35	ледяная рыба, страна не указана
ЮФО	Волгоградская область	Волгоград	«Окей»	939,00	семга, Россия, Краснодарский край
ЮФО	Волгоградская область	Волгоград	«Магнит»	924,90	судак, Россия, Краснодарский край

Стоимость

Цены на рыбу в магазинах ЦФО

Максимальная цена — 937 руб./кг, минимальная — 33 руб./кг, средняя — 211 руб./кг. Отечественная рыба в среднем существенно дешевле импортной.

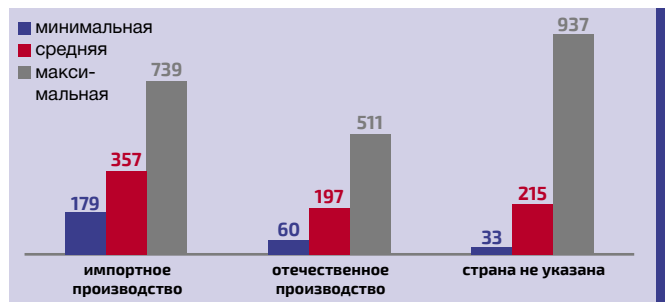


Рис. 1. Цены на рыбу в магазинах ЦФО, руб./кг

Цены на рыбу в магазинах ЮФО

Максимальная цена — 939 руб./кг, минимальная — 42 руб./кг, средняя — 260 руб./кг. Отечественная рыба в среднем дешевле импортной.



Рис. 2. Цены на рыбу в магазинах ЮФО, руб./кг

Стоимость

Цены на рыбу в магазинах УФО

Максимальная цена — 700 руб./кг, минимальная — 53 руб./кг, средняя — 183 руб./кг. Отечественная рыба в среднем дешевле импортной.



Рис. 3. Цены на рыбу в магазинах УФО, руб./кг

Цены на рыбу в магазинах ПФО

Максимальная цена — 899 руб./кг, минимальная — 34 руб./кг, средняя — 215 руб./кг. Отечественная рыба в среднем дешевле импортной.



Рис. 4. Цены на рыбу в магазинах ПФО, руб./кг

Стоимость

Цены на рыбу в магазинах СЗФО

Максимальная цена — 847 руб./кг, минимальная — 57 руб./кг, средняя — 196 руб./кг. Отечественная рыба в среднем дешевле импортной.



Рис. 5. Цены на рыбу в магазинах СЗФО, руб./кг

Цены на рыбу в магазинах ДФО

Максимальная цена — 970 руб./кг, минимальная — 56 руб./кг, средняя — 208 руб./кг. Отечественная рыба в среднем существенно дешевле импортной.

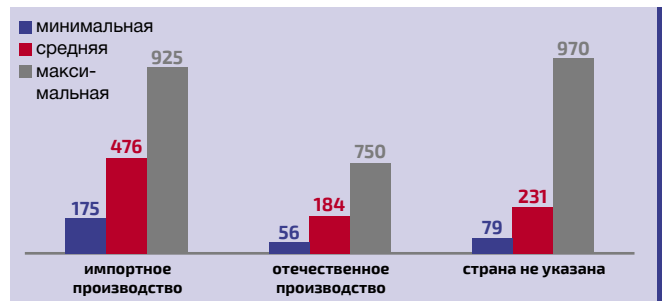


Рис. 6. Цены на рыбу в магазинах ДФО, руб./кг

Стоимость

Цены на рыбу в магазинах СФО

Максимальная цена — 1088 руб./кг, минимальная — 41 руб./кг, средняя — 204 руб./кг. Отечественная рыба в среднем существенно дешевле импортной.

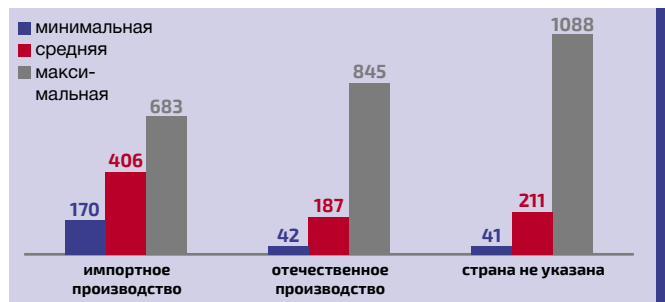


Рис. 7. Цены на рыбу в магазинах СФО, руб./кг

Цены на рыбу в магазинах СКФО

Максимальная цена — 698 руб./кг, минимальная — 72 руб./кг, средняя — 238 руб./кг. Отечественная рыба в среднем дешевле импортной.

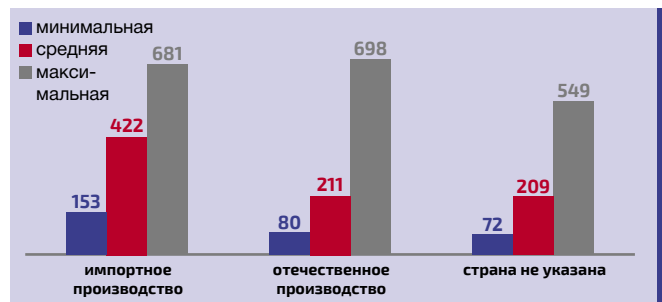


Рис. 8. Цены на рыбу в магазинах СКФО, руб./кг

Стоимость

Цены на рыбу в магазинах КФО

Максимальная цена — 299 руб./кг, минимальная — 77 руб./кг, средняя — 185 руб./кг. Отечественная рыба в среднем дешевле импортной.

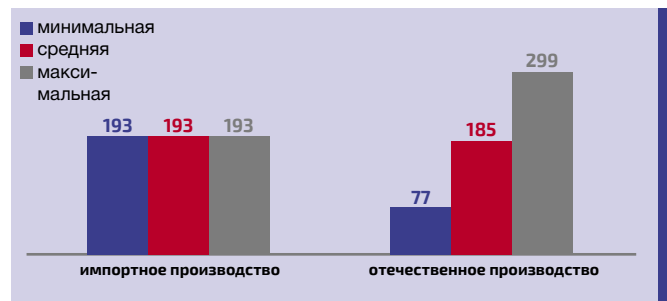


Рис. 9. Цены на рыбу в магазинах КФО, руб./кг



Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Доля видов импортной рыбы — 5%. У 31% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 21 страна импортирует рыбу в РФ. С большим отрывом лидером по количеству представленных видов рыбы среди них является Китай (39%). А лидером по отечественной рыбе является Крым и чуть меньше — ЮФО.

Рис. 1. Страновое происхождение рыбы, %



Страновое происхождение

Таблица 1. Страновое происхождение рыбы (сортировка по мере убывания доли отечественной продукции)

Округ	Импортное производство,%	Отечественное производство,%	Страна не указана,%
КФО	5	95	0
ЮФО	9	79	12
УФО	3	76	22
ПФО	5	76	20
СЗФО	14	69	17
ДФО	3	67	29
СКФО	13	54	33
ЦФО	4	51	45
СФО	1	36	63



Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах ЦФО

Доля импортной рыбы — 4%, отечественной — 51%. У 45% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 5 стран являются импортерами рыбы. Лидер по доли представленности продукции среди — Китай.



Рис. 2. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах ЦФО, %

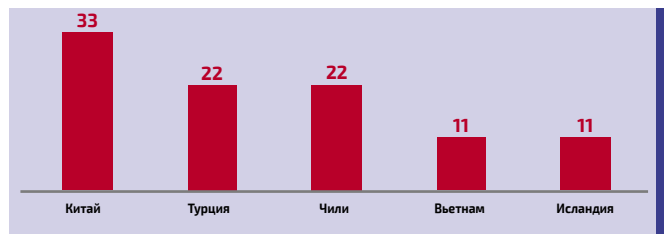


Рис. 3. Страны-производители рыбы в магазинах ЦФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах ЮФО

Доля импортной рыбы — 9%, отечественной — 79%. У 12% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 7 стран являются импортерами рыбы. Лидер по доли представленности продукции среди — Китай.



Рис. 4. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах ЮФО, %



Рис. 5. Страны-производители рыбы в магазинах ЮФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах УФО

Доля импортной рыбы — 3%, отечественной — 76%. У 22% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 5 стран являются импортерами рыбы. Явных лидеров по доли представленности продукции среди них нет.



Рис. 6. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах УФО, %

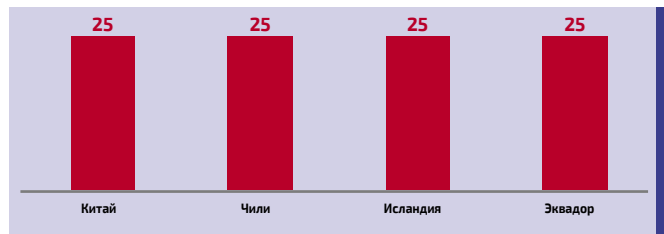


Рис. 7. Страны-производители рыбы в магазинах УФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах ПФО

Доля импортной рыбы — 5%, отечественной — 76%. У 20% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 7 стран являются импортерами рыбы. Лидер по доли представленности продукции среди — Китай.



Рис. 8. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах ПФО, %

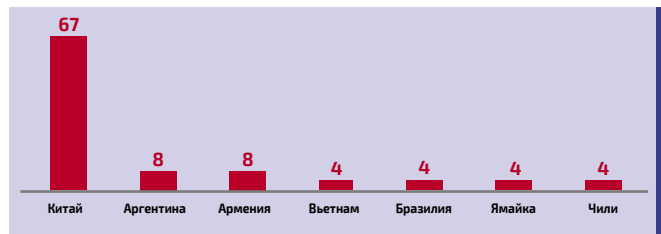


Рис. 9. Страны-производители рыбы в магазинах ПФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах СЗФО

Доля импортной рыбы — 14%, отечественной — 69%. У 17% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 6 стран являются импортерами рыбы. Лидер по доли представленности продукции среди — Китай.



Рис. 10. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах СЗФО, %



Рис. 11. Страны-производители рыбы в магазинах СЗФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах ДФО

Доля импортной рыбы — 3%, отечественной — 67%. У 29% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 4 страны являются импортерами рыбы. Лидер по доли представленности продукции среди — Чили.



Рис. 12. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах ДФО, %

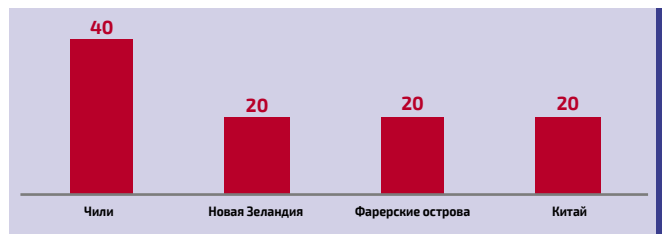


Рис. 13. Страны-производители рыбы в магазинах ДФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах СФО

Доля импортной рыбы — 1%, отечественной — 36%. У 63% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 3 страны являются импортерами рыбы. Лидер по доли представленности продукции среди — Китай.



Рис. 14. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах СФО, %



Рис. 15. Страны-производители рыбы в магазинах СФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах СКФО

Доля импортной рыбы — 13%, отечественной — 54%. У 33% продукции не удалось установить производителя. Как минимум 4 страны являются импортерами рыбы. Лидеры по доли представленности продукции среди — Китай и Чили.



Рис. 16. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах СКФО, %

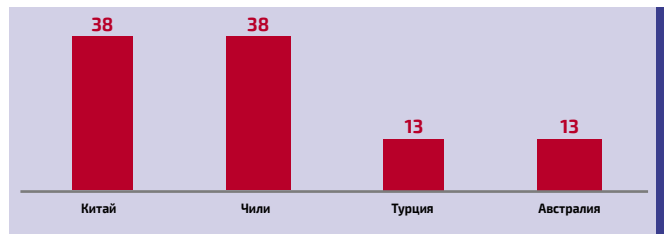


Рис. 17. Страны-производители рыбы в магазинах СКФО, %

Страновое происхождение

Страновое происхождение рыбы в магазинах КФО

Доля представленности рыбы импортного производства — 5%.
Основной импортер — США.



Рис. 18. Доля отечественного/импортного производства рыбы в магазинах КФО, %

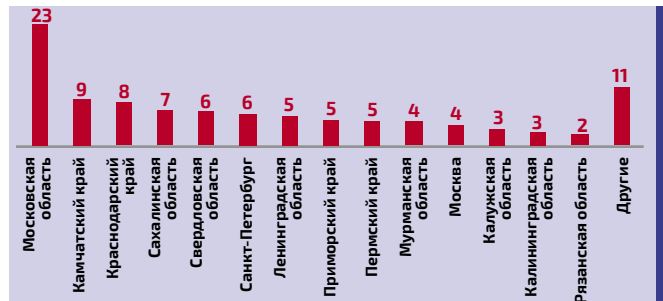


Региональное происхождение

Региональное происхождение рыбы в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Как минимум 38 российских регионов являются производителями рыбы, поставляющими продукцию в магазины РФ. Максимальная доля представленности с большим отрывом у продукции Московской области.

Рис. 1. Региональное происхождение рыбы, %



Региональное происхождение

Региональное происхождение рыбы в магазинах ЦФО

У 54% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 9 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины ЦФО. Лидер по доле представленности — Московская область.

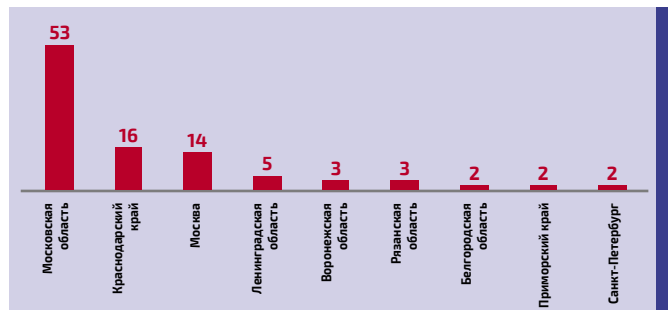


Рис. 2. Регионы-производители рыбы в магазинах ЦФО, %

Региональное происхождение рыбы в магазинах ЮФО

У 54% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 11 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины ЮФО. Лидер по доле представленности — Санкт-Петербург.

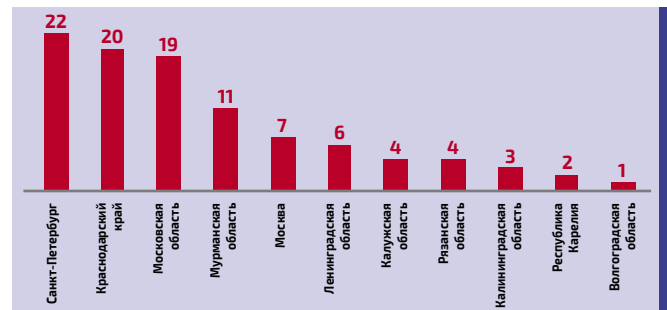


Рис. 3. Регионы-производители рыбы в магазинах ЮФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение рыбы в магазинах УФО

У 38% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 19 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины УФО. Лидер по доле представленности — Свердловская область.

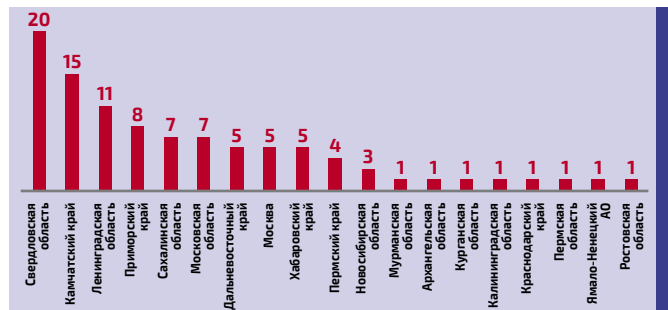


Рис. 4. Регионы-производители рыбы в магазинах УФО, %

Региональное происхождение рыбы в магазинах ПФО

У 59% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 17 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины ПФО. Лидер по доле представленности продукции — Московская область.

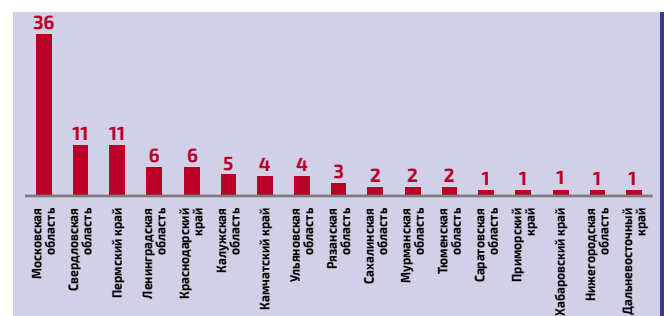


Рис. 5. Регионы-производители рыбы в магазинах ПФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение рыбы в магазинах СЗФО

У 46% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 7 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины СЗФО. Лидеры по доле представленности продукции — Санкт-Петербург.



Рис. 6. Регионы-производители рыбы в магазинах СЗФО, %

Региональное происхождение рыбы в магазинах ДФО

У 56% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 7 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины ДФО. Лидеры по доле представленности — Камчатский край.

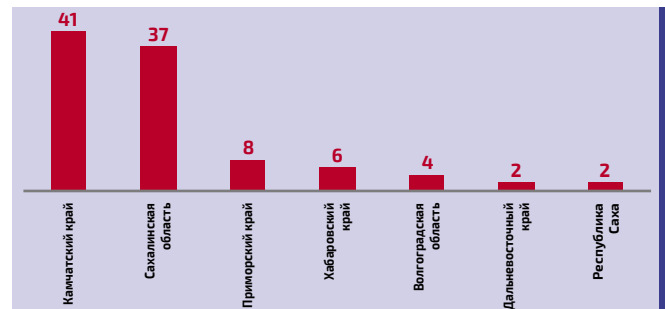


Рис. 7. Регионы-производители рыбы в магазинах ДФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение рыбы в магазинах СФО

У 38% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 14 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины СФО. Лидеры по доле представленности — Приморский край.

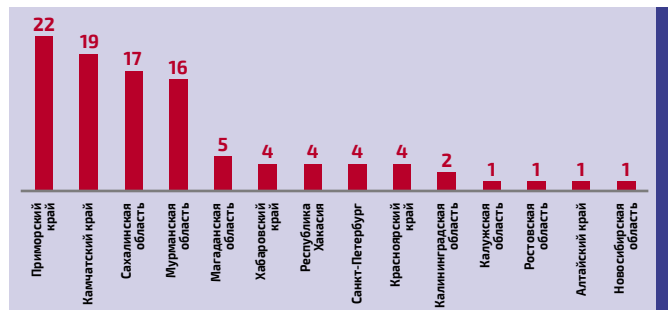


Рис. 8. Регионы-производители рыбы в магазинах СФО, %

Региональное происхождение рыбы в магазинах СКФО

У 33% продукции не удалось установить, какой регион является производителем рыбы. Как минимум 7 субъектов РФ поставляют рыбу в магазины СКФО. Лидер по доле представленности продукции — Краснодарский край.



Рис. 9. Регионы-производители рыбы в магазинах СКФО, %

Региональное происхождение

Региональное происхождение рыбы в магазинах КФО

Доля представленности рыбы отечественного производства — 95%. 5% отечественной продукции произведено в Крыму, у остальных 95% регион-производитель не установлен.

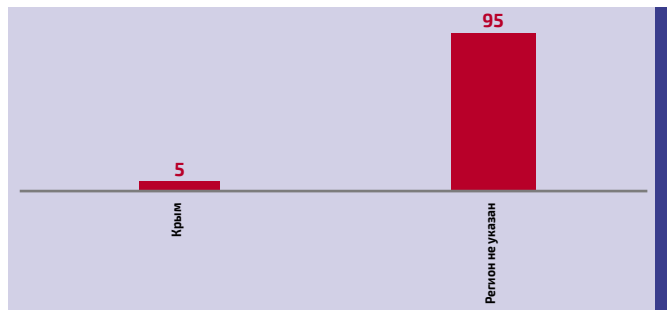


Рис. 10. Регионы-производители рыбы в магазинах КФО, %



Потребительская привлекательность

Потребительская привлекательность рыбы в целом по Российской Федерации

Интересные факты. Ни одной отличной оценки! Но при этом население дает противоречивые оценки. Даже богатое на свою рыбу Поволжье чуть-чуть, а импортную ценит выше.

Таблица 1. Оценка потребительской привлекательности рыбы.

Федеральные округа отсортированы по мере убывания разницы между оценкой отечественной продукции и оценкой импортной продукции.

Округ	Импортное производство	Отечественное производство
ЮФО	3,9	4,3
ЦФО	3,8	4,1
УФО	3,8	4,0
КФО	3,0	3,2
ПФО	4,6	4,5
СФО	4,0	3,8
ДФО	4,2	4,0
СЗФО	4,4	4,1
ДФО	4,4	

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ЦФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (3,8) ниже, чем у отечественной (4,1).



Рис. 1. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ЦФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ЮФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (3,9) ниже, чем у отечественной (4,3).



Рис. 2. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ЮФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах УФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (3,8) ниже, чем у отечественной (4).



Рис. 3. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах УФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ПФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (4,6) выше, чем у отечественной (4,5).

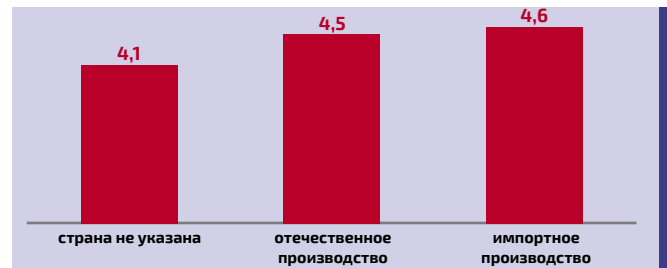


Рис. 4. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ПФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах СЗФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (4,4) выше, чем у отечественной (4,1).



Рис. 5. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах СЗФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ДФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (4,2) выше, чем у отечественной (4).

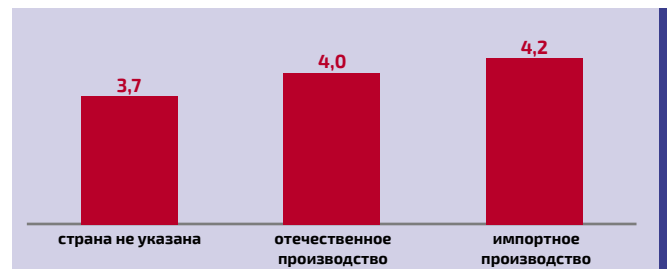


Рис. 6. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах ДФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах СФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (4) выше, чем у отечественной (3,8).



Рис. 7. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах СФО (по пятибалльной шкале)

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах СКФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (4,9) выше, чем у отечественной (4,4).



Рис. 8. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах СКФО (по пятибалльной шкале)

Потребительская привлекательность

Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах КФО

У рыбы импортного производства степень привлекательности (3) ниже, чем у отечественных (3,2).

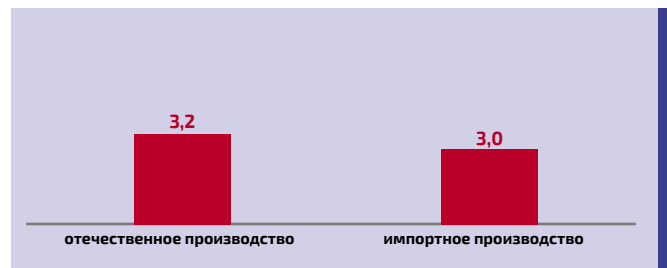


Рис. 9. Оценка потребительской привлекательности рыбы в магазинах КФО (по пятибалльной шкале)



Заключение

Сегодня программа активного импортозамещения, объявленная президентом России В. В. Путиным два года назад, реализуется в большей мере в рамках взаимодействия государства и бизнеса, которые совместно решают задачу по ликвидации критической зависимости национальной экономики от иностранных товаров и технологий.

17 июня 2016 года Центр мониторинга НТР представит на всероссийской конференции в Москве Общественный доклад, в котором отразит степень влияния процессов импортозамещения на повседневную жизнь россиян и уровень их обеспеченности социально значимыми товарами.

Приглашаем вас принять участие в его подготовке и до 25 мая 2016 года направить в Центр мониторинга НТР материалы с описанием тех проблем, которые препятствуют производству качественных и доступных по цене продуктов питания, лекарств и товаров народного потребления на территории вашего региона.





Центр мониторинга технологической модернизации
и научно-технического развития
Общероссийского общественного движения
«НАРОДНЫЙ ФРОНТ «ЗА РОССИЮ»

www.cmnttr.ru