

Бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Юни 2015/брой 6



ПРЕДСТОЯЩИ СЪБИТИЯ

02-03.07.2015 г. – II Черноморски винарски форум 2015 в град Краснодар;

08-11.07.2015 г. – VI Международна промишлена изложба «ИННОПРОМ» в град Екатеринбург;



ДНИ НА БЪЛГАРСКИЯ БИЗНЕС В КУРСКА ОБЛАСТ

В периода 12-14 юни 2015 г. Центърът на промишлеността на Р България в Москва /ЦПРБМ/ организира Дни на българския бизнес в Курска област. Основният акцент на деловата мисия, ръководена от Директора на ЦПРБМ Г-н Илиян Цонев, беше българското участие с Национален щанд в Курската коренска ярмарка-2015. Изложението беше тържествено открито на 13 юни от Губернатора на Курска област г-н

Александър Михайлов. В изложението взеха участие български фирми от хранително-вкусовата промишленост, туризма и машиностроенето.

След официалната част Губернаторът разгледа представените експозиции, като посети и Българския национален щанд, където участниците направиха презентация на своята продукция. Г-н Михайлов проведе и среща с 20-те чуждестранни дипломатически мисии, участващи в Курската Коренска ярмарка. По време на изложението се проведе кръгла маса, в която участваха и представителите на ЦПРБМ - Г-н Цонев разказа за българската хранително-вкусова промишленост. Всички български компании бяха наградени с грамоти от г-н Александр Маркович - председател на Комитета за физическа култура и спорт на Курска област.



На 14 юни 2015 г се проведе среща между представителите на ЦПРБМ, български и руски туроператори. В Поклонническият център в местността «Свобода» се състоя официалното награждаване на участниците в Курската коренска ярмарка от Губернатора Александър Михайлов.

От българска страна бяха наградени Центърът на промишлеността на Република България в Москва, Българо – Руската търговско-промишлена плата и фирма «НИКА».



МИНИСТРИТЕ НА ЕНЕРГЕТИКАТА НА БЪЛГАРИЯ И РУСИЯ СЕ СРЕЩНАХА НА ИКОНОМИЧЕСКИЯ ФОРУМ В ПЕТЕРБУРГ

На 20 юни 2015 г. министърът на енергетиката на България Теменужка Петкова се срещна с руския си колега Александър Новак в рамките на 19-ия Петербургски международен икономически форум.



И двамата министри подчертаха, че българо-руската съвместна икономическа комисия е добър формат за обсъждане на актуални въпроси. Министър Петкова предложи да се проведе заседание на българо-руската работна група по енергетика в София в навечерието на заседанието на двустранната комисия тази есен. Г-жа Петкова отбеляза още, че Русия си остава важен партньор за България в енергийния сектор.

В рамките на преговорите министър Петкова представи пред руската страна подробности по проекта за газов хъб на територията на България. „Проектът за газов хъб предвижда създаването на разпределителен център на руския природен газ на българското крайбрежие в град Варна, както и за газа, доставян чрез тръбопроводи интерконектори, и газа – местно производство. По думите на Петкова някои от преимуществата на проекта са неговото стратегическо разположение, развитието на газоразпределителната мрежа в България и нейното бъдещо разширение и модернизация. Освен това българският газов хъб ще предостави ефективна възможност за доставка на газ от Русия в Централна Европа.

Руският министър Александър Новак заяви, че Русия ще изучи газовия проект на България. Детайлите му ще се обсъждат на предстоящото съвещание на работната група по енергетика в София. В рамките на преговорите Русия повдигна въпроса за позицията на България по проекта за нефтопровода Бургас-Александруполис, чието строителство беше отменено. Г-н Новак попита не се ли е променила позицията на София по този проект. Министър Петкова заяви, че възможността за повторен пуск на проекта в България не е била обсъждана.

В рамките на икономическия форум се проведе и среща на министъра на регионалното развитие на България Лилияна Павлова с руския вицепремиер Аркадий Дворкович. „България иска да има нормални отношения с Русия, базирани на диалога и взаимноизгодното сътрудничество“, каза Г-жа Павлова по време на разговорите в Петербург.



11 РУСКИ ТЪРГОВСКО-ПРОМИШЛЕНИ ПАЛАТИ С МЕДАЛИ „ЗА ЗАСЛУГИ В ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВОТО“

На 22 юни 2015 г. в Посолството на Р България в Москва се проведе работна закуска по повод връчване на медали „За заслуги в предприемачеството“ на Ръководството на Търговско-промишлената палата на Русия и на 10-те Президенти на регионални ТПП. Мероприятието беше организирано от Българо-руската търговско-промишлена палата /БРТПП/, Посолството на България, Службата по търговско-икономически въпроси /СТИВ/ и Центъра на промишлеността на Р България в Москва /ЦПРБМ/.

При откриването на работната закуска Посланикът на Р България в Русия Бойко Коцев приветства гостите и подчерта важността на двустранните търговско-икономически отношения и оцени високо работата на търговските палати за развитието на деловите връзки. Председателят на Управителния съвет на БРТПП Желю Добрев изтъкна, че независимо от наложените санкции, ръководствата на палатите и занапред ще работят активно за по-нататъшното укрепване на икономическите връзки между България и Русия. Като доказателство за тези усилия бе приведен фактът, че за периода 2008-2015 г. БРТПП е сключила 27 договора за сътрудничество с руски регионални палати. По време на работната закуска бе направен акцент и на активното сътрудничество на ЦПРБМ с териториалните ТПП на Русия.

Медалите „За заслуги в предприемачеството“ бяха връчени на представителите на ТПП от Посланик Бойко Коцев. Сред нагадените са Тулската, Воронежската, Тамбовската, Калужската, Волгоградската и др. ТПП. След края на официалната част на мероприятиято г-жа Светлана Шаренкова от името на Националния комитет за честване на 70-та годишнина от Победата над фашизма връчи медали на Г-н Коцев, на председателя на Съюза на приятелите на България Анатолий Потапов, на завеждащия на СТИВ Янко Янакиев, на директора на ЦПРБМ Илиян Цонев и на аташето по туризъм Катя Жекова.



ПРАВИТЕЛСТВО НА РУСИЯ ПРЕДСТАВИ НОВ СПИСКЪК СЪС ЗАБРАНЕНИ ПРОДУКТИ

От постановление № 625 на Правителството на РФ от 25.06.2015 г., публикувано официално на сайта на Министерския съвет на РФ следва, че забраната за внос на някои продукти в Русия от Съединените щати, Европейския съюз, Канада, Австралия и Норвегия е удължен до 5 август 2016 г.

Списъкът на страните, спрямо които Русия въведе хранително ембарго, не е променен.

Списъкът със забранени стоки, също не е претърпял особени промени. В Русия все още е забранено да се внасят говеждо, свинско и птиче месо (пресни, охладени, замразени, осолени, сушени или пушени) и произведените от тях колбаси и аналогични продукти, риба, миди, ракообразни и други морски продукти, зеленчуци, плодове, ядки, мляко и млечни продукти.

В списъкът на забранените продукти има само един нов код: „продукти от сирене и кашкавал“.

Тези продукти се получават по технологиите за получаване на сирене и кашкавал, но вместо животинска мазнина (от млякото) се използва растителна мазнина или протеин, делът на които може да надвишава 50%.

Ожесточени са изисквания към безлактозните продукти, които не са обхванати от

ембаргото. Но, ако преди е било разрешено да се внасят всякакви безлактозни млека и млечни продукти, то сега извън ембаргото са само „специализираните“ безлактозни млека и млечни продукти, предназначени за диетично лечебно и диетично профилактично хранене.

Пълният текст на постановлението и списъка на забранените за внос в Русия продукти, можете да намерите [тук](#).

<http://top.rbc.ru/>



Маркетингови проучвания на руския пазар



АНАЛИЗ НА ПАЗАРА ЗА ДЕТСКИ ХРАНИ В РУСИЯ

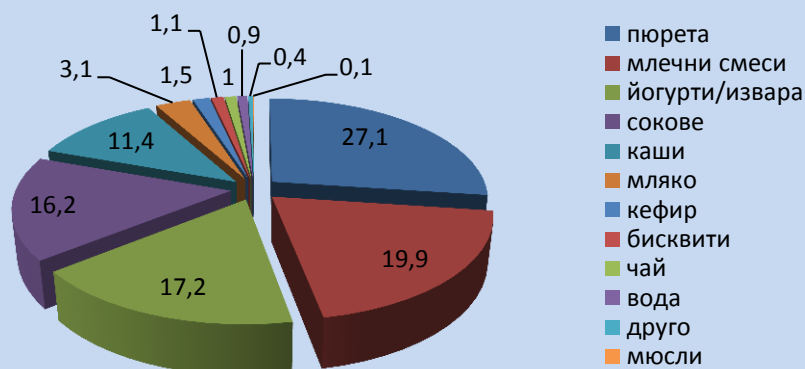
Пазара за детски храни в Русия се развива с положителни темпове. Въпреки всеобщото забавяне на потреблението и кризата през 2014 г., продажбите на детски храни се увеличава. Ръстът се дължи основно на търсенето и предлагането. Тази категория хранителни продукти е от първа необходимост, затова детските храни имат максимално обезпечени продажби по всички канали за продажба на дребно и едро.

Накратко за пазара на детски храни.

Пазарът на детските храни е сегментиран по вид на продукта и възраст на потребителя. Производството на детски храни е разделено на няколко сегмента:

- пюрета;
- каши;
- млечни и кисело-млечни продукти;
- млечни смеси;
- детски сокове;
- чай;
- и др.

Диаграма 1. Производство на детски храни по сегменти за 2014 г., % производство в хиляди тона.
Източник: Росстат



В действителност, смесите и кисело-млечните продукти са специализирани клинически доказани храни, които са най-популярни на пазара.

Заместителите на майчината кърма са най-големия сегмент в парично изражение. Но, само заради високата цена. Както се вижда от диаграмата, в реално изражение това не е най-големият сегмент. Но, този сегмент е и лидер по отношение на темповете на ръст - + 9,4% през 2014 г. в натурално изражение.

Пазарният сегмент на детски води стремително расте - 11,3% в натурално изражение и 18,2% в парично изражение. На него има сравнително по-малко конкуренция, отколкото в другите сегменти на детски храни.

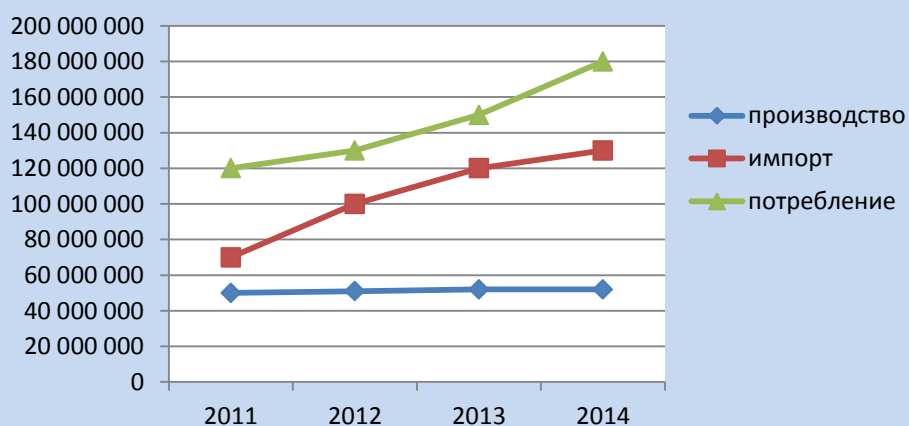
Пазарните сегменти на детски сокове и чай имат по-малък темп на ръст - 1.7% в натурално изражение.

Пазарни показатели.

Ръстът на пазара продължава да зависи в голяма степен (72%) от вносните продукти.

Ръстът на потреблението в Русия през 2014 г. възлиза на 10-12%.

Диаграма 2. Обем на пазара в хиляди рубли за периода 2011-14 година. Източник: Федерална статистическа служба и изчисления SBMgroup.biz



Импорт.

Като се има предвид, че ембаргото през 2014 г. не засяга детските храни от Европа, то лидерите в този отрасъл остават същите:

1. Швейцария (40% от общия внос)
2. Холандия (25%)
3. Германия (10%)

Внасят предимно сухи смеси и зеленчукови пюре.

Износ.

През 2014 г. трите най-големи страни, в които се изнасят руски детски храни са: Казахстан - 50%, Украйна - около 25%, Киргизстан -15%.

Конкуренция.

Условията на конкуренция на пазара за детски храни може да се нарече по-скоро напрегната. Лидират няколко водещи местни компании и вносители. Пазарът се консолидира и постепенно се прилагат западни модели и практики.

На пазара действат 41 предприятия от 26 региона на Русия.

4 големи бранда са двигатели на пазара:

- Данон - млечни и кисело-млечни продукти;
- Нестле - смеси и каши;
- ПепсиКо – сокове;
- Прогрес.

Те произвеждат 70% от пазара за детски хранителни продукти.

Вносителите практически на 90% са заели нишата на заместители на майчина кърма в Русия, тъй като на практика няма руски производители. Основната причина за това е, че няма достатъчно руска суровина за тези продукти, а митата на вносните суровини са по-високи от митата за готова продукция.

Нови организации за производство на детски храни в Русия през 2014 г.

• Септември 2014 – Danon купува и реконструира завод за мляко в Екатеринбург. Поставя производствени линии за детски храни. Инвестира повече от 800 милиона рубли.

• АД „Модест“ в Алтайски край, задоволява търсенето на детски храни на Алтайски край, Новосибирски и Кемеровски региони. През 2014 г. компанията е увеличила производствения си капацитет с 22.2%. За модернизация на линиите са инвестирани над 25 млн. рубли.

• Nestle, гр. Вологда. Пуснати са нови линии - 20 вида детски каши. Инвестирани са 2,5 млрд. рубли.

• Предприятие „Лидер-А“, гр. Гудермеев в Чеченска република. През 2015 г. се планира откриването на цех за производство на детски храни. Планиран производствен капацитет - 15 000 бурканчета в час.

През 2014 г. в Русия са открити нови обекти, като световните брандове също са инвестирали в тях, въпреки политическите проблеми в страната. В момента Русия води политика за пълно заместване на вноса в страната. Детските храни, руско производство, са с по-ниски цени и това кара потребителите да преразглеждат своите вкусове и да избират продукция произведена не от лидерите на пазара.

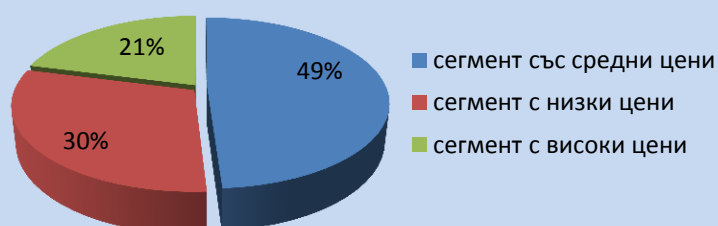
Предпочитанията на потребителите ясно се вижда в класацията на топ 5 в интернета в началото на 2015 г.:

1. Humana
2. Тёма
3. Friso
4. Heinz
5. Бабушкино Лукошко
6. Нэнни (Бибиколь)

Стойността на руските продукти е до два пъти по-ниска, отколкото вносните, затова сега купувачът все повече и повече доверява на местните производители, където критериите за качество / цена съответстват.

Цени. На пазара за детски храни предимство имат продукти, които са в средния ценови сегмент.

Диаграма 4. Ценова сегментация на пазара за детски храни в Русия,% 2014 г.



През 2014 г. продажбите на брандови детски храни в средния ценови сегмент е бил около 50% от пазара. Целият среден сегмент до голяма степен се състои от руски стоки.

Анализът на средните пазарни цени на детски храни на едро за 2014 г., показва увеличение на цените на 6-10%. Според служители на Съюза на потребителите на Руската федерация, потребителите трябва да са готви, че цените на детските хранителни продукти ще се повишат с още най-малко 1.5-2 пъти.

Прогнози.

Пазарът на детски храни в Русия, дори по време на криза, динамично се разраства. Основното направление за развитие е заместването на импорта. Откриват се нови производства за детски храни, модернизират се и се разширяват линии в действащи предприятия.

Ръстът на пазара също ще се увеличава, поради повишаването на раждаемостта и увеличаването на броя на деца на възраст до 4 години. Освен това, през последните години се повишава заетостта на жените и мъжете и следователно, благосъстоянието на родителите се увеличава. Тази тенденция променя отношението на купувачите към масовото производство на детски храни. За младите семейства днес е по-лесно да купуват готови храни за децата и да спестяват време за готвене.

Ключов проблем на пазара за детски храни в Русия все още остава проблемът със суровините. Според Федералната статистическа служба и Федералната митническа служба в Русия, поради падането на рублата, през 2014 г. цените на вносните суровини - риба, плодове и зеленчуци, са се увеличили с 24%. Инфлацията засяга не само вносните храни, но също така и местните стоки, които се произвеждат от вносни суровини.

Оценка на бизнеса.

Все пак, ако през 2015 г. ембаргото засегне вноса на детските храни от Европа, то следва да се увеличат вътрешните производствени показатели. Първо, вносителите ще предпочетат да се локализируют на територията на Русия и да изградят заводи тук, за да не губят пазарният си дял. Второ, по-малките местни предприятия ще могат да задоволяват тесни пазарни ниши.

В началото на 2015 г., най-добри показатели има в сегментите за плодови пюрета, сокове, каши, мляко и кисело-млечни продукти. Място за развитие има в сегментите: сухи смеси, зеленчукови пюрета и детска вода.

Бизнес в сегмента на сухите смеси – тази пазарна ниша има високи бариери за навлизане и не е за малки предприятия – необходимо е скъпо оборудване и има големи конкуренти на пазара, които са построили свои заводи в Руската федерация.

В нишата на детска вода има много заместители - производители на обикновена питейна вода.

Нишата за производство на зеленчукови пюрета, според експерти на Success Brand Management, е най-интересната област, в която може да се включат малки и средни предприятия в пазара на детски храни.

Бъдещият производител трябва предварително да проучи, дали в района има всички необходими суровини на разумни цени, както и да оцени наличието и силата на активно действащите конкуренти в избрания регион.

За регионалните производители на детски храни, варианти за продажби могат да бъдат следните канали:

1. Доставки на болниците по държавни поръчки. Такива продукти се дават на децата по рецепти, изписвани от педиатрите. Подобни поръчки могат да бъдат получени чрез участие в търгове за обществени поръчки.

2. Малки и големи вериги магазини.

Таблица 1. Фактори на производството и изисквания за бизнеса в нишата за зеленчукови пюрета, от началото на 2015 г.

СУРОВИНИ	Зърнени храни и зеленчуци се отглеждат под особен контрол на специални плантации, от които задължително се вземат проби от земята и водата.	Допълнителни компоненти – пробиотици, витамини и др.
ПРОИЗВОДСТВО	Херметична и удобна порционна опаковка от стъкло.	Вкуса и полезните свойства на натуралните съставки, трябва да са съхранени максимално, благодарение на уникалните рецептури и технологии на производство.
КОНТРОЛ НА КАЧЕСТВОТО	Безопасността на продуктите се потвърждава с протокол за изпитване в лицензирани лаборатории.	За стимулиране на продажбите, повишаване на популярността на марката и потвърждаване на качеството на продукцията е полезно участието в конкурси като: „Марка №1 в России“, „Народная марка“, „Товар года“, знак за качество „Лучшее-детям“, медали от изложби „Страна детства“, „Золотая осень“, гранд от изложби „Весь мир питания“ и др.
ПРОДАЖБИ	Продажби чрез специализирани магазини и вериги супермаркети.	

Трябва да се вземат под внимание някои трудности, които могат да възникнат по време на преговорите с търговските вериги. Магазините често поставят на малките производители строги изисквания за влизане в големите мрежи.

Барииери за навлизане на производителите в разпространените вериги магазини:

- голяма входна такса;
- диктуване на цените;
- изисквания за определянето на обемите и графициите за доставка;
- прилагане на санкции за неизпълнение на договорите.

Въпреки, че съществуват такива пречки, те не са непреодолими. Следователно, бъдещият производител трябва да взема под внимание възможните рискове, но в никакъв случай да не ги счита капитално непреодолими. Изискванията на веригите магазини по този начин приучват доставчиците на дисциплина.

<http://moneymakerfactory.ru/>



ПАЗАРА НА ПОДЕМНА ТЕХНИКА В РУСИЯ

Пазарът на подемна техника в Русия през миналата година е намалял с 19% в резултат на ръста на курса на валутата и съответно е поскъпнала в рубли.

Основната техника, която се използва в складовете за товаро-разтоварна дейност са карите. Според компанията Jungheinrich Group, през 2014 г. световния пазар на товаро-разтоварна техника и складово оборудване е нараснал с 8%

и е достигнал 1,09 милиона кари. В същото време, Европа показва ръст от 9% и достига до 344,5 единици техника. В Западна Европа, търсенето е нараснало с 11%, докато обемът на пазара в Източна Европа остава почти непроменен (-0,4%), поради падането на руския пазар на 19%, се

казва в годишния доклад на компанията Jungheinrich. През 2011 г. се е наблюдавало увеличение на руския пазар с над 50%.

Според участниците на пазара, през 2014 г. руския пазар на карите възлиза на около 20,5 хиляди единици техника или 15-20 милиарда рубли.

На руския пазар широко са представени европейски, американски, японски и китайски марки. Най-големите играчи на пазара на складова подемна техника са Kion Group AG (Linde Material Handling, OM STILL, Voltas, Baoli, Fenwick), Toyota Material Handling RUS, Jungheinrich.

След тях са MLM, LOC-MANITOU, които са в топ 10 на световните производители по продажби на товаро-разтоварна техника. Също така са представени продуктите на американския холдинг NACCO Industries (марките Hyster и Yale).

Пазарът на товаро-разтоварна техника постепенно се завладява от китайските производители. Това се дължи на факта, че подобряват качеството на своите продукти, а цените са по-ниски от тези на производителите на оборудване от други страни. Това са такива компании, като HC Hangcha Group Company Ltd, EP Equipment и други.

В Русия товаро-разтоварна техника произвеждат „Машиностроительный завод имени М. И. Калинина“, ОАО „Тверской экскаватор“ и др.

Повечето техника се купува от складове в чужбина и затова тези операции са пряко зависими от валутния курс. Така например, поскъпването в рублев еквивалент е достигало до два пъти. За да се компенсира спада в търсенето, вносителите малко снижават цените в евро и долари, за сметка на маржа на компанията. Но въпреки, че производителите, дилърите, търговците снижават цените в рубли, те все още са по-високи, отколкото преди. Поради покачването на цените се променят и начините на закупуване на оборудването. Преди кризата, 60% от оборудването е закупувано в собственост, 20% - под наем и 20% на лизинг.

Участниците на пазара като цяло, отбелязват, че в края на първото тримесечие на 2015 г. товаро-разтоварна техника под наем е явен фаворит, а покупката на лизинг малко е спряло. Основните надежди на производителите и доставчиците на складова товаро-разтоварна техника за 2015 г. са свързани със стабилизирането на рублата. Освен това темпът на развитие на складови и производствени сгради поради кризата се забавя, намалява и обемът на търсенето на техника. Старите обекти са запълнени с необходимото оборудване. Складовата техника на обектите се сменя 1 път за 5-7 години. Поради това пазарът е в очакване на новите обекти.

<http://www.dp.ru/>

Икономическа справка за Калининградска област



територия:	15 125 кв.км
губернатор:	Цуканов Николай Николаевич
федерален окръг:	Северозападен
административен център	гр. Калининград
часови пояс:	MSK-1 (UTC+2)
website:	http://gov39.ru/
Население	968 944
средна заплата	25 000 рубли

АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРИТОРИАЛНО ДЕЛЕНИЕ

❖ 22 административни единици:

- 6 градски окръга;
- 15 района;



ОСНОВНИ МИНЕРАЛНИ РЕСУРСИ НА РАЙОНА:

Кехлибар, каменна сол, торф, лигнитни въглища, глини, пясък, гранит, титан, цирконий, няколко малки находища на нефт, минерални източници.

ПРОМИШЛЕНОСТ НА КАЛИНИНГРАДСКА ОБЛАСТ

- Производство на гумени и пластмасови изделия.
- Машиностроене и оборудване
- Производство на транспортни средства;
- Хранително-вкусова промишленост, напитки и тютюн;
- Електрооборудване, електронно и оптическо оборудване;

СЕЛСКО СТОПАНСТВО

Отглеждат се пшеница, ръж, ечемик, овес, елда, просо, царевица (фуражна царевица), грах, рапица (зима, пролет), слънчоглед, картофи, трапезно цвекло, моркови, ябълки, круши, плодове, ягоди, крмно цвекло, фуражни треви.

Животновъдството в областта е специализирано в отглеждането на едър рогат добитък, свине, птици, норки, овце, кози, риба (цаца), коневъдство, пчеларство, производство на месо, мляко и млечни продукти, яйца.

ТРАНСПОРТ

Включва: газопровод Русия — Беларус — Полша, железопътен, автомобилен, морски, вътрешен воден, въздушен и градски;

ИНВЕСТИЦИИ

Инвестиционен потенциал:

- Дългосрочен рейтинг в чуждестранна валута – ВВ+
- Национален дългосрочен рейтинг – ВВВ
- Кредитен рейтинг – АА+
- Инвестиционен рейтинг – ЗВ1 (умерен риск)

Инвестиционни проекти на територията на Калининградска област

Списък с всички проекти в областта можете да намерите [ТУК](#).

Инвестиционна привлекателност на Калининградска област

- Икономическа зона с особен статут;
- Стабилна среда за дългосрочни решения;
- Достъп до морските пътища на Балтийския и Атлантическия океан;
- Близост до европейските пазари;
- Богат кадрови потенциал;
- Развита инфраструктура;

- Значителни енергийни запаси;
- Значително количество минерални ресурси;
- Иновации;
- Финансова поддръжка;
- Развито селско стопанство;
- Развит малък и среден бизнес;
- Поддръжка от администрацията на района;