

Бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Юни 2019/брой 6



СЪДЪРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ:

- ПРОДАЖБИТЕ НА ПАСТИ ЗА ЗЪБИ И ЧЕТКИ ЗА ЗЪБИ В АПТЕКИТЕ В РУСИЯ ПРЕЗ 1 ТРИМЕСЕЧИЕ НА 2019 Г.
- ПАЗАРЪТ В РУСИЯ НА СЪКЛЕНИ ОПАКОВКИ ЗА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ПРОМИШЛЕНОСТ.

ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ:

- ИМПОРТА НА БЪЛГАРИЯ КЪМ РУСИЯ НА СТОКИ ОТ ГРУПАТА „СЪКЛО И СЪКЛЕНИ ИЗДЕЛИЯ“- Януари 2018 г. – юли 2018 г..

ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА ЗА ПЕНЗЕНСКА ОБЛАСТ, РФ



ДЕЛЕГАЦИЯ ОТ ЦПРБ В МОСКВА НА ПОСЕЩЕНИЕ В ПЕРМСКАТА ТПП, РФ

В рамките на предстоящата българска бизнес мисия през октомври 2019 година в Пермски край, на 20 юни 2019 г. се проведе среща на делегацията от България, водена от Директора на Центъра на промишлеността на Република България в Москва в Пермската ТПП.

От българска страна на срещата взеха участие Любомир Николов, първи секретар на

Посолството на Република България в Москва, Директор на Центъра на промишлеността на Република България в Москва, Иван Кошукеев, член на управителния съвет на ТПП на България.

От страна на Пермската ТПП участие взеха Е.А.Миронова, вицепрезидент на палатата и Е.В. Колчанова, ръководител на Центъра за международно сътрудничество.

В рамките на срещата бяха обсъдени ключови въпроси за взаимноизгодни условия за сътрудничество и тяхната реализация.

Г-н Николов направи презентация на Центъра на промишлеността и запозна присъстващите с икономическия и инвестиционен потенциал на България.

Г-жа Елена Миронова запозна гостите с икономическия потенциал и предприятията разположени на територията на Пермски край, които биха могли да бъдат интересни за българския бизнес, за създаване на бъдещи партньорски отношения.

По време на срещата г-н Николов предложи да се разгледа възможността за подписване на споразумение за сътрудничество между ЦПРБ и Пермската ТПП.



УЧАСТИЕ НА ЦПРБ И БЪЛГАРСКИ ФИРМИ В «XIX КУРСКА КОРЕНСКА ЯРМАРКА»

От 28 до 30 юни 2019 г. в местността „Свобода“, град Курск, Руска федерация се проведе «XIX Курская Коренская ярмарка».

За единадесети пореден път Центърът на промишлеността на Република България в Москва участва в панаира, което определя България като традиционен и желан участник на мероприятиято.

„Курская Коренская ярмарка“ е ярък израз на руската културна и историческа

идентичност, която се основава на две концептуални паралели: духовна и икономическа.

„Курская Коренская ярмарка“ е един от най-известните панаири в Русия с дълга история. Всяка година това събитие привлича вниманието на десетки хиляди гости от различни градове на Русия и други страни.

През последните 7 години, по време на Панаира, се провежда Централно-руски икономически форум, който се утвърди като авторитетна дискуссионна платформа, на която се обсъждат основните насоки на икономическата политика на Централния регион.

Програмата СЭФ -2019 включва пленарни мероприятия, 14 тематични сесии, изложба на съвременни проекти в областта на цифровите технологии и конкурс за млади програмисти. Повече от 2000 души участват във форума: представители на федералните министерства и ведомства, регионални власти на Централна Русия, държавни корпорации, големи научни и образователни институции, консултантски компании, промишлени и селскостопански предприятия, инвестиционни и банкови структури, малки и средни предприятия.

Днес „Курская Коренская ярмарка“ се е превърнала в значително събитие за икономическото и социално развитие на Централен федерален окръг, като представлява ефективна платформа за конструктивен диалог между представители на бизнес средите, правителствените органи и експертната общност.

На България бе предоставен безплатен щанд, на който беше изложена разнообразна продукция от хранително-вкусовата промишленост и козметичната индустрия, добре позната с високото си качество и търсена на руския пазар.

Продукцията бе представена от българската фирма „Балканфудс 95“, която рекламира и веригата магазини „Мир Болгарии“, с представител Здравко Димитров.

Губернаторът на Курска област посети българския щанд и проведе разговор с представителите на българската делегация относно бъдещи перспективни съвместни проекти. Българската фирма „Балканфудс 95“, с представител Здравко Димитров беше наградена с Диплом на лауреата, която беше връчена на официална церемония от губернатора на Курска област.

Тази година в панаира взеха участие делегации от 43 региона на Русия и 20 страни (България, Беларус, Молдова, Германия, Румъния, Виетнам, Индия, Китай, Уругвай и други). Сред официалните гости на панаира бяха посланиците на Румъния, Уругвай, представители на администрацията на град Котбус, Германия и други официални лица.

По време на разговорите с представители на администрацията на Курска област, от тяхна страна беше изявено желание за още по-тясно сътрудничество между Центъра на промишлеността на Република България в Москва и администрацията на Курска област.



ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ

ИМПОРТА НА БЪЛГАРИЯ КЪМ РУСИЯ НА СТОКИ ОТ ГРУПАТА „СТЪКЛО И СЪКЛЕНИ ИЗДЕЛИЯ“ Януари 2018 г. – юли 2018 г.

1. Обща информация:

Вноса на България към Русия на стоки от групата „стъкло и стъклени изделия“ за периода януари 2018 г. - юли 2018 г. е **591 хил. долара** с общо тегло **564 тона**.

Основният износ се пада на "съдове и прибори за хранене, изделия за декорация на дома, стъклени"(68%), "полирано или шлифовано стъкло, на листове, необработени" (17%).

В структурата на импорта по страни (на стоки от групата „стъкло и стъклени изделия“) на първо място е Китай (29%), следван от Германия (13%). България за Русия е партньор №36 с дял от 0,1%.

2. Общи резултати по месеци.

**Импорта на България на стоки от групата „стъкло и стъклени изделия“
за периода януари 2018 г. – юли 2018 г., хил. \$**

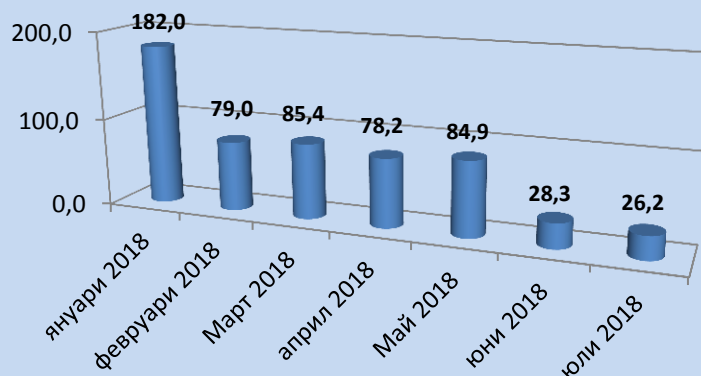


Общи резултати по месеци, USD

ПЕРИОД	СУМА
Януари 2018	103 хил.
Февруари 2018	45,6 хил.
Март 2018	118 хил.
Април 2018	146 хил.
Май 2018	70,3 хил.
Юни 2018	44 хил.
Юли 2018	64,4 хил.
Общо:	591 хил.

3. Показатели по тегло.

**Импорта на България на стоки от групата „стъкло и стъклени изделия“
за периода януари 2018 г. – юли 2018 г., тон**



Общи резултати по месеци, тона

ПЕРИОД	ТЕГЛО/ТОН
Януари 2018	182
Февруари 2018	79
Март 2018	85,4
Април 2018	78,2
Май 2018	84,9
Юни 2018	28,3
Юли 2018	26,2
Общо:	564 т

4. Структура на импорта.

ГРУПА СТОКИ	ЯНУАРИ 2018	ЮЛИ 2018	ИЗМЕНЕНИЯ	Σ (януари 2018-юли 2018)	ДЯЛ
13 7001: скрап от стъкло и други отпадъци; стъкло на блокове	---	---	---	---	0%
13 7002: стъкло под формата на топки, пръчки или тръби, необработени	---	---	---	---	0%
13 7003: отлято и валцовано стъкло, необработено	---	846	---	\$18,6 хил.	3,1%
13 7004: стъкло изпънато и издуто, на листа, необработено	---	---	---	---	0%
13 7005: стъкло полирано или шлифовано, на листа, необработено.	\$57,6 хил.	---	▼ 100%	\$102 хил.	17,3%
13 7006: стъкло 7003, 7004 или 7005, извити, гравирани, пробити	---	---	---	---	0%
13 7007: безопасно стъкло, включително закалено или многослойно стъкло	\$2,71 хил.	\$5,32 хил.	▲ 97%	\$31.9 хил.	5,4%
13 7008: многослойни изолационни стъклени продукти	---	---	---	---	0%
13 709: стъклени огледала, с рамки или без рамки, включително огледала за обратно виждане	25 \$	244	▲ 897%	\$19,2 хил.	3,2%
13 7010: бутилки, флакони, саксии, буркани, ампули, тапи и др.	1.68 хил	3,92 хил	▲ 133%	\$17 хил.	2,9%
13 7011: стъклени цилиндри, отворени, техните стъклени части	---	---	---	---	0%

13 7013: прибори за хранене, кухненска посуда, продукти за декорация на дома, стъкло	40,5 хил	54 хил	▲ 33%	\$400 хил.	67,6%
13 7014: изделия от стъкло за сигнални устройства и оптични елементи от стъкло	---	---	---	---	0%
13 7015: стъкла за часовници, очила и аналогични стъкла, извити, вдлъбнати и др.	---	---	---	---	0%
13 7016: блокове, плочи, тухли, керемиди и др., използвани в строителството стъкла	---	---	---	---	0%
13 7017: стъклария за лаборатории, за хигиенни или фармацевтични цели	---	---	---	---	0%
13 7018: стъклени мъниста, имитиращи перли и други декоративни елементи, изд. от стъкло	---	---	---	---	0%
13 7019: фибростъкло (включително стъклена вата) и изделия от тях	---	51	---	\$1,87 хил.	0,3%
13 7020: други изделия от стъкло	---	---	---	\$712	0,1%
ОБЩО:	\$103 хил.	\$64,4 хил.		\$591 хил.	100%

5. Освен от България, „стъкло и стъклени изделия“ се внасят в Русия от следните страни:

№	СТРАНА	Σ (януари 2018 -юли 2018)	ДЯЛ
1	Китай	\$153 млн.	29,3%
2	Германия	\$67,8 млн.	12,9%
3	Белорусия	\$54,7 млн.	10,4%
4	Франция	\$34,2 млн.	6,5%
5	САЩ	\$21,2 млн.	4,1%
6	Чехия	\$20,8 млн.	4,0%
7	Япония	\$19,6 млн.	3,7%
8	Южна Корея	\$18 млн.	3,4%
9	Италия	\$14,5 млн.	2,8%
10	Белгия	\$13 млн.	2,5%
11	Полша	\$12,6 млн.	2,4%
12	Испания	\$9,3 млн.	1,8%
13	Украйна	\$8,7 млн.	1,7%
14	Турция	\$7,6 млн.	1,5%
15	Англия	\$6,6 млн.	1,3%
	---	---	---
34	Словения	\$621 хил.	0,1%
35	Дания	\$602 хил.	0,1%
36	България	\$591 хил.	0,1%
37	Португалия	\$563 хил.	0,1%
38	Мексико	\$549 хил.	0,1%
...	---	---	---
	По всички страни:	\$524 млн.	100%

6. „Съкло и съклени изделия“, България внася в следните региони на Русия:

№	РЕГИОНИ	Σ (януари 2018 -юли 2018)	Дял
1	Москва	\$337 хил.	57%
2	Московска област	\$105 хил.	17,7%
3	Татарстан	\$85,5 хил.	14,5%
4	Саратовска област	\$24,8 хил.	4,2%
5	Санкт Петербург	\$24,5 хил.	4,1%
6	Рязанска област	\$7,43 хил.	1,3%
7	Нижегородска област	\$2,68 хил.	0,5%
8	Приморски край	\$1,35 хил.	0,2%
9	Красноярски край	\$1,7 хил.	0,2%
10	Кировска област	\$555	0,1%
11	Краснодарски край	\$387	0,1%
12	Свердловска област	\$342	0,1%
13	Иркутска област	\$263	0%
14	Челябинска област	\$134	0%
15	Самарска област	\$88	0%
16	Псковска област	\$25	0%
	По всички региони:	\$591 хил.	100%

<http://ru-stat.com/>

Маркетингови проучвания на руския пазар



ПРОДАЖБИТЕ НА ПАСТИ ЗА ЗЪБИ И ЧЕТКИ ЗА ЗЪБИ В АПТЕКИТЕ В РУСИЯ ПРЕЗ 1 ТРИМЕСЕЧИЕ НА 2019 Г.

Грижата за устната кухина е профилактична процедура, която е необходима на всеки човек ежедневно. Пастата за зъби помага не само за извършване на хигиенни процедури, но и за решаване на специфични задачи: предотвратяване на кариес на зъбите, намаляване на тяхната чувствителност, укрепване на венците, премахване на миризмата от устата и т.н. Затова изборът на паста за зъби за ежедневно използване е отговорна

задача, от което зависи здравето на зъбите и венците.

Аптеките в Русия предлагат на потребителите 48 вида продукти за грижа за устната кухина: балсами и течности за изплаквания, четки, пасти, интердентални четки, конци и т.н. Според месечният одит на DSM Group (АО „Група ДСМ“), най-голям дял в натурално изражение през първото тримесечие на 2019 г. имат продуктите за грижа за протезите - кремове за фиксиране на протези, почистващи таблетки, тампони и прахове (36,4% от сегмента). На второ място са пастите за зъби (25.6% в опаковки). На трето място са четките за зъби (11,7%), включително електрически уреди и специализирани четки за деца. По-рано пастите за зъби регулярно са заемали първо място. Промяната на позициите се обяснява с факта, че аптеките не са основният канал за дистрибуция на тази категория средства и в резултат на това продажбите на пасти се пренасочват към други канали.

**Структурата на пазара за продукти за грижа за устната кухина
в натурално изражение за 1 тримесечие на 2019 г./%**



Въпреки това, в началото на 2019 г. на аптечните рафтове е имало 937 различни наименования на паста за зъби, представляващи 104 марки. Освен това, на пазара присъстват и голям брой професионални паста за зъби с потвърден терапевтичен ефект, например R.O.C.S., Lacalut, Splat, които са най-търсени и са лидери по обем на продажби в стойностно изражение.

Според резултатите от първото тримесечие на 2019 г. капацитетът на пазара на паста за зъби възлиза на 3,7 млн. опаковки, в размер на 714 млн. рубли (в цени на дребно). Прямо януари-март 2018 г. продажбите са намалели с 7.0% в рубли и с 15.7% в опаковки. В същото време средната цена на една опаковка паста за зъби се е увеличила с 10,2% и възлиза на 195 рубли.

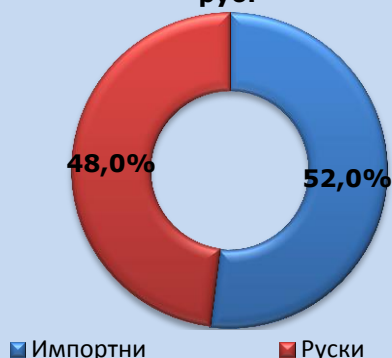
Динамика на продажбите на паста за зъби за периода 2015 г. - 1 квартал на 2019 г.



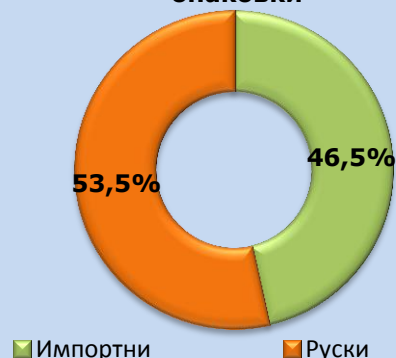
Аптечният пазар на паста за зъби е разделен между руски и чуждестранни марки. Пастите за зъби руско производство в опаковки заемат 53,5% от пазара на средствата за грижа за устната кухина. В същото време, в рублев еквивалент, поради по-ниската цена (175 рубли/опаковка срещу 218 рубли/опаковка за вносни паста), техният дял е по-нисък - 48.0%.

Структура на продажбите на паста за зъби по произход за 1 тримесечие на 2019 г.

Структура според произхода в руб.



Структура според произхода в опаковки



Пазарът на паста за зъби е силно концентриран: ТОП-10 производителите заемат 90.7% от аптечния пазар в стойностно изражение и 90.3% в натурално изражение. Десетката лидери остават непроменени. Въпреки това, корпорация Gaba Productions (+42.5% в рубли) и Unilever (-1.7%) са променили местата си в резултат на изменение на динамиката на продажбите. Шест от десетте компании са намалили продажбите си, като максималният процент на спад за производителя GlaxoSmithKline е -14.8%. Международната корпорация произвежда 3 марки паста за зъби. Спадът в продажбите се дължи на негативната динамика на основната марка на компанията Sensodyne с 16.2% в рубли. Най-значително увеличение на продажбите има компанията Gaba Produktion (+42,5%), като компанията произвежда паста за зъби под търговската марка "Елмекс".

Рейтинг на производителите по стойностен обем на продажби за 1 тримесечие на 2019 г.

Рейтинг 1 трим. 2018 г.	Рейтинг 1 трим. 2019 г.	Производител	Обем на продажби/мил.руб.	Дял,%	Прираст,% 1 трим. 2019 г./ 1 трим. 2018 г.
1	1	«Еврокосмед»	176,7	24,7%	-6,9%
2	2	Dr.Theiss Naturwaren	136,8	19,2%	-9,3%
3	3	GlaxoSmithKline	123,3	17,3%	-14,8%
4	4	«Сплат-Косметика»	76,9	10,8%	-12,8%
5	5	«Премьер-Продукт»	34,5	4,8%	+4,8%
6	6	«Вертекс»	26,5	3,7%	+4,9%
7	7	Colgate Palmolive	26,0	3,6%	+12,8%
9	8	Gaba Produktion	20,9	2,9%	+42,5%
8	9	Unilever	15,2	2,1%	-11,7%
10	10	«Фармасофт»	11,2	1,6%	-12,7%

Що се отнася до рейтинга на марките, R.O.C.S. и Lacalut, то те запазват първите си позиции в класацията на търговските наименования. Марката Splat се изкачи на трето място, измествайки Sensodyne от тройката лидери. Най-добра динамика демонстрират вносните паста „Елмекс“ (+42.5%) и Colgate (+12.8%). В същото време шест марки от 10 намалиха обема на продажбите, като максималният спад е за марките „Sensodin“ и „Лесной бальзам“ - съответно с 16.2% и 13.9%.

Рейтинг на марките по стойностни обеми на продажби за 1 тримесечие на 2019 г.

Рейтинг 1 трим. 2018 г.	Рейтинг 1 трим. 2019 г.	Производител	Обем на продажби/млн.руб.	Дял,%	Прираст,% 1 трим. 2019 г./ 1 трим. 2018 г.
1	1	R.O.C.S.	174,1	24,4%	-6,6%
2	2	«Лакалют»	136,8	19,2%	-9,3%
4	3	Splat	73,3	10,3%	-11,8%
3	4	«Сенсодин»	70,7	9,9%	-16,2%
5	5	«Пародонтакс»	50,2	7,0%	-13,0%
6	6	«Президент»	34,5	4,8%	+4,8%
7	7	«Асепта»	26,5	3,7%	+4,9%
8	8	Colgate	26,0	3,6%	+12,8%
10	9	«Элмекс»	20,9	2,9%	+42,5%
9	10	«Лесной бальзам»	13,6	1,9%	-13,9%

Италианската паста за зъби Biorepair, която увеличи продажбите с 7,1% през годината, се превръща в претендент за влизане в рейтинга.

На ТОП-10 паста за зъби по обеми в натурално изражение през януари-март 2019 г. се пада 86.0% от продажбите. През първото тримесечие само една марка показва положителна тенденция – „Елмекс“ (+28,8%).

Рейтинг на марките по натурални обеми на продажби за 1 тримесечие на 2019 г.

Рейтинг 1 трим. 2018 г.	Рейтинг 1 трим. 2019 г.	Производител	Обем на продажби/хил.опак.	Дял,%	Прираст,% 1 трим. 2019 г./ 1 трим. 2018 г.
1	1	R.O.C.S.	700,2	19,1%	-13,3%
2	2	«Лакалют»	593,0	16,2%	-21,8%
3	3	Splat	495,5	13,5%	-22,7%
4	4	«Сенсодин»	307,7	8,4%	-19,6%
5	5	«Пародонтакс»	277,1	7,6%	-15,9%
7	6	Colgate	193,2	5,3%	-5,9%
6	7	«Лесной бальзам»	189,3	5,2%	-14,5%
8	8	«Президент»	182,0	5,0%	-4,7%
9	9	«Асепта»	136,5	3,7%	-5,1%
11	10	«Элмекс»	78,4	2,1%	+28,8%

Въпреки факта, че лекарите препоръчват четката за зъби да се сменя заедно с пастата за зъби, продажбите по брой на четките и пастите в аптеките не съвпадат. През годината са продадени средно 5,5 милиона четки за зъби в размер на 1,34 милиарда рубли (според данните за 2018 г.). Динамиката на тази категория също е отрицателна, като тенденцията се запазва и през 2019 година. През първото тримесечие са реализирани 1,2 милиона четки за зъби, което съответства на 325,9 милиона рубли (това е с 5% по-малко в рубли и 15% в опаковки спрямо същия период на 2018 г.).

Лидер сред четките за зъби, както и сред пастите, е марката R.O.C.S. На второ място са четките за зъби под марката Colgate, пастата за зъби със същата марка заема шеста позиция в ТОП-10.

Марка	Рейтинг	Пасти за зъби		Рейтинг	Четки за зъби	
		Дял/ опакровка	Средна цена/руб. опакровка		Дял/ опакровка	Средна цена/руб. опакровка
R.O.C.S.	1	19,1%	249	1	18,5%	222
«Лакалют»	2	16,2%	231	5	7,3%	232
Splat	3	13,5%	148	4	12,6%	171
«Сенсодин»	4	8,4%	230	17	0,3%	303
«Пародонтаск»	5	7,6%	181	13	0,8%	245
Colgate	6	5,3%	135	2	16,8%	160
«Лесной бальзам»	7	5,2%	72	11	2,6%	79
«Президент»	8	5,0%	190	7	6,1%	242
«Асепта»	9	3,7%	194	-	-	-
«Элмекс»	10	2,1%	266	14	0,7%	264

Най-скъпата паста за зъби, според резултатите от първото тримесечие на 2019 г. е Елмекс (266 рубли; четка за зъби - 264 рубли), най-евтината е „Лесной бальзам“ (72 рубли; четка за зъби - 79 рубли). В същото време най-скъпата четка за зъби се оказва приспособление за почистване на зъби под марката „Sensodyne“ - 303 рубли/опакровка.

<https://www.dsm.ru/>



ПАЗАРЪТ В РУСИЯ НА СЪГКЛЕНИ ОПАКОВКИ ЗА ФАРМАЦЕВТИЧНАТА ПРОМИШЛЕНОСТ

Опаковките за лекарства имат високи изисквания за качество и иновативни решения. Предприятията, които произвеждат тези продукти, трябва да бъдат сертифицирани и да отговарят на изискванията на GMP, поради което цената на тези опаковки става по-висока. Наред с това се увеличава и потреблението на самите лекарствени средства.

Независимо от факта, че някои свойства на стъклените опаковки са по-ниски от пластмасовите, безупречният вид, високата прозрачност и отличните оптични свойства предполагат, че те ще останат популярно средство за опаковане на лекарства за дълго време.

Класификация и свойства на стъклените контейнери.

По хидролитична резистентност стъклените съдове за лекарствени средства (ЛС) се делят на 4 класа:

От **неутрално стъкло** - поради състава на суровините, продуктите имат висока хидролитична устойчивост. Те са предназначени за лекарствени средства за парентерално (венозно, мускулно, артериално и др.) приложение, както и за препарати и компоненти на човешка кръв.

От **силикатно стъкло със специална обработка и повишена хидролитична устойчивост**. Предназначени за киселинни и неутрални водни лекарствени средства за парентерално приложение.

От **силикатно стъкло с умерена хидролитична устойчивост**. Използват се за неводни лекарствени средства и прахове за парентерално приложение, както и за непарентерални лекарства.

Силикатно стъкло с ниска хидролитична устойчивост за твърди, течни или меки лекарствени средства за непарентерално приложение.

Обем и структура на пазара за стъклени контейнери от втора класа

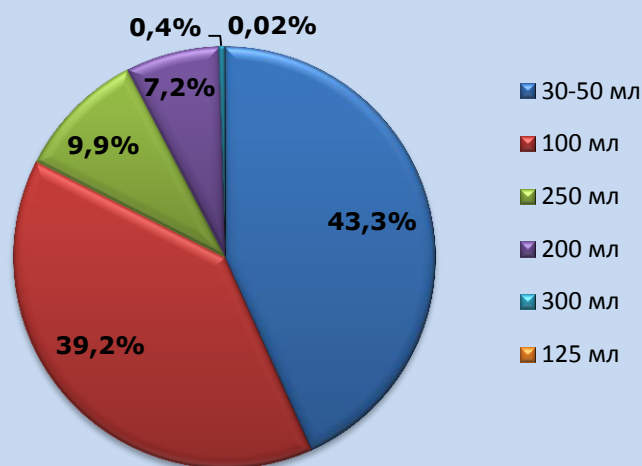


Според оценки на експерти от отрасъла, в Русия не се произвеждат стъклени опаковки от втори хидролитичен клас за лекарствени средства с капацитет 50–300 ml. Налични са по-малки контейнери (5, 10 и 20 cm³) от местно производство, но те се произвеждат само в един завод в Башкортостан. Всички други руски предприятия произвеждат стъклени ампули, флакони и бутилки от първи или трети клас.

Основните потребители на бутилки-флакони от клас В с обем 50-300 ml са фармацевтичните компании, които произвеждат суспензии и течни форми лекарствени средства за непарентерално приложение. Тази група потребители според анализаторите е 86,2%. Останалият дял се пада на производителите на ветеринарни лекарствени средства.

Перспективи за развитие на пазара.

Структура на потреблението на бутилки-флакони от втора класа спрямо обема



В сегмента на фармацевтичните контейнери от втори хидролитичен клас повече от 80% от продуктите са бутилки и флакони с капацитет 30–100 ml. Определяща тенденция в развитието на отрасъла са нарастващите изисквания към качеството на първичната фармацевтична опаковка, която е свързана с действието на програмата "Фарма 2020". По такъв начин, предложението в контекста цена/качество, постепенно се измества към последното. В сферата на опаковките за инжекционни препарати, иновативните разработки стават все по-популярни, например стерилни тапи, плунжери, стерилни флакони и касети, предварително напълнени спринцовки с всички компоненти. Цената на такава продукция е по-висока от обичайното, така че като се има предвид възникващата тенденция на нарастване на продажбите на фармацевтични продукти в Русия, можем да предвидим увеличение на въпросния пазар както в натурално, така и в парично отношение.

<https://www.megaresearch.ru/>



ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА ЗА ПЕНЗЕНСКА ОБЛАСТ, РФ



Територия:	43 352 км ²
Губернатор:	Иван Белозерцев
Федерален окръг:	Приволжски федерален окръг
Административен център:	Пенза
Часови пояс:	UTC+4/MSK
website:	http://pnzreg.ru/
Население:	1 318 122 души
Разстояние до Москва	556 км.

АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРИТОРИАЛНО ДЕЛЕНИЕ

- 3 областни градски окръга;
- 27 муниципални района;
- 11 града:
 - 3 град с областно подчинение - Заречни, Кузнецк и Пенза;
 - 8 град с районно подчинение;
- 16 селища от градски тип.



ОСНОВНИ МИНЕРАЛНИ РЕСУРСИ НА РАЙОНА:

Минерални ресурси:

Глина, пясък, торф, варовик.

Водни ресурси:

- Реки - добре развита речна мрежа, около 3 000 реки с обща дължина 15 458 км, като най-големи са: Сура, Мокша, Хопёр, Ворона, Пенза.

ПРОМИШЛЕНОСТ НА ПЕНЗЕНСКА ОБЛАСТ

- Горска промишленост;
- Дървообработваща и целулозно-хартиена промишленост;
- Селскостопанско машиностроене;
- Производство на строителни материали;
- Фармацевтична промишленост;
- Лека промишленост;

СЕЛСКО СТОПАНСТВО НА ПЕНЗЕНСКА ОБЛАСТ

Животновъдството е специализирано в областта на скотовъдството: отглеждат се едър рогат добитък, свине, овце, кози, пилета.

Растениевъдство: слънчоглед, фуражни култури, цвекло, царевица, картофи, моркови, зеленчуци и плодове.

ТРАНСПОРТ

Включва: железопътен, автомобилен, въздушен.

ИКОНОМИЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ

- Брутен регионален продукт - Р 270 854,10 млрд., Р 198 482,90 хиляди на човек;
- Инвестиции в дълготрайни активи - Р 83,69 млрд., Р 61 623 на човек;
- Дял на печелившите предприятия – 57,90%;
- Преки чуждестранни инвестиции - \$44,10 млн., \$32,50 на човек;
- Ниво на безработица – 4,6%;
- Средна месечна работна заплата - Р 22 392;
- Жизнен минимум - Р 6 839.

Инвестиционни проекти на територията на Пензенска област:

Списък с всички проекти в областта можете да намерите тук: <http://investinpenza.com/>

Инвестиционна привлекателност на Пензенска област:

- Благоприятно географско положение;
- Благоприятна екологична ситуация;
- Високо развит малък бизнес;
- Интелектуален и кадрови потенциал;
- Благоприятен социално-културен климат и туристически потенциал;
- Стабилна социално-политическа ситуация;
- Ниско ниво на криминални рискове;
- Индивидуален подход към инвеститора;
- Предоставяне на консултационна, информационна и организационна поддръжка.

Приоритетни направления за инвестиции в Пензенска област, РФ:



ГОРСКА, ДЪРВООБРАБОТВАЩА И
ЦЕЛУЛОЗНО-ХАРТИЕНА
ПРОМИШЛЕНОСТ



СЕЛСКОСТОПАНСКО
МАШИНОСТРОЕНЕ



ХРАНИТЕЛНО-ВКУСОВА
ПРОМИШЛЕНОСТ



ПРОИЗВОДСТВО НА СТРОИТЕЛНИ
МАТЕРИАЛИ



ТУРИЗЪМ



ФАРМАЦЕВТИЧНА ПРОМИШЛЕНОСТ