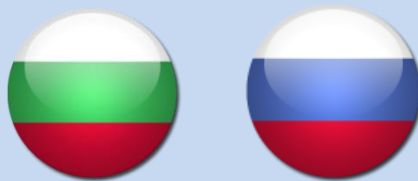


Бюлетин на Центъра на промишлеността на Република България в Москва

Юли 2016/брой 7



ПРЕДСТОЯЩИ СЪБИТИЯ

22-25.08.2016г. – 20-та Международна изложба за резервни части, автомобилни части, оборудване и стоки за поддръжка на автомобили-Москва ЦВК «Экспоцентр»

23-26.08.2016г. – Euroshoes Premier Collection - Есен 2016-международна презентация на обувни колекции-Москва, КВЦ «Сокольники»

СЪДЪРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГОВИ ПРОУЧВАНИЯ:

1. Лекото затопляне се наблюдава в песимистичното настроение на руските потребители.
2. Ситуация и тенденции: руският пазар на безалкохолни напитки.
3. Препоръките на лекарите губят силата си пред ниските цени на лекарствата.

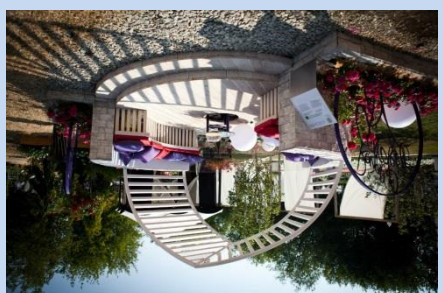
ИНФОРМАЦИОННИ МАТЕРИАЛИ:

- Стратегия за развитие на малките и средни предприятия в Русия до 2030 г.

ИКОНОМИЧЕСКА СПРАВКА ЗА РЕПУБЛИКА МАРИЙ ЕЛ, РФ

ЛЕТНИ ФЕСТИВАЛИ В МОСКВА ПРЕЗ ЮЛИ

V-ТИ ЮБИЛЕЕН МОСКОВСКИ МЕЖДУНАРОДЕН ФЕСТИВАЛ НА ГРАДИНИ И ЦВЕТА „MOSCOW FLOWER SHOW“



„ПАРАД НА ДИВИ КОТКИ“ НА ЧЕРВЕНИЯ ПЛОЩАД В МОСКВА



ФЕСТИВАЛ НА СЛАДКАТА В МОСКВА „МОСКОВСКОЕ ВАРЕНЬЕ“





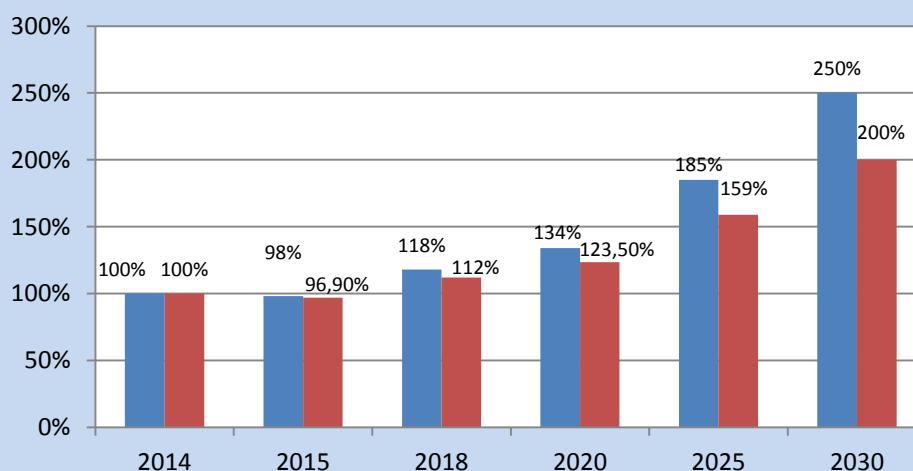
Информационни материали



СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ В РУСИЯ ДО 2030 Г.

Основни тезиси за стратегията на развитие на малките и средни предприятия за периода до 2030 г.: финансиране на дейностите, създаване на единни стандарти за работа във всички субекти на РФ, „амнистия“ за сенчестия бизнес.

През юни, руското правителство окончателно одобри Стратегията за развитие на малките и средни предприятия за периода до 2030 г. (разпореждане №1083-р от 02.06.2016). Появата на такъв документ говори, че отношението към МСП в Русия се променя. Цитат от документа: "Първият принцип - малкият бизнес преди всичко". Така, че постепенно приоритетите се определят. В действителност е трудно да се игнорират реалните цифри: разполагайки само с 5-6% от основните производствени средства, МСП формират 20% от националния брутен вътрешен продукт. Този показател е два пъти по-нисък от световния, и затова основната цел на реформата е той да се увеличи два пъти.



■ Оборот на субектите на малки и средни предприятия в постоянни цени по отношение на показателите от 2014 г.

■ Оборот изчислен за един работник от малки и средни предприятия в постоянни цени по отношение на показателите от 2014 г.

Към Стратегията се прилага „Пътна карта“ - план за действие, в който са посочени периода на изпълнение, имената на отговорните органи и конкретни целеви показатели.

Всички субекти на МСП са разделени на 2 целеви сектора, като за всеки сектор са предвидени различни мерки за подпомагане:

- масов - предприятия, предприемачи, ангажирани в сектора на услугите, търговията на дребно, селското стопанство, производството на нехранителни потребителски стоки;
- високотехнологичен - организации, внедряващи иновации, произвеждащи стоки за износ, участващи в преработвателния сектор.

В документа са отразени 8 направления, за които се предвиждат специални мерки за подпомагане.

Най-значимите направления за болшинството предприемачи ще разгледаме по-подробно.

1. Разширяване на пазарните ниши, увеличаване на търсенето на стоките.

Стратегията за развитие предвижда освобождаване на определени пазарни ниши за малки предприятия. Предполага се, че субсидиите от федералния бюджет ще се предоставят на всеки регион в зависимост от постигнатите целеви показатели от „Пътната карта“.

- Повишаването на конкурентоспособността на малките и средните предприятия, следва да се гарантира чрез въвеждане на „Единен стандарт за развитие на конкуренцията“ за всички 85 субекта на РФ. Документът е одобрен през септември 2015 г. и ежегодно в него ще се внасят поправки. Той съдържа конкретни показатели за участието на малките предприятия във всички сектори (транспортни, медицински, образователни услуги и т.н.), които регионалните власти трябва да предоставят. Например, на пазара на дребно - делът им трябва да бъде не по-малък от 20% от общия оборот с годишен ръст - не е по-малко от 5%.

- През септември 2016 г. се планира да се приеме федерален закон за нестационарната (мобилна) търговия. Целта е да се изкара от сянката незаконната търговия. В допълнение, правителството обещава да вземе решения, с които да се намали броят на държавните и общински унитарни институции на конкурентния пазар и да ограничи правото да се създават нови.

- Всяка година, постепенно ще се увеличава квотата за малки и средни предприятия за участие в обществени поръчки. Оборота на пазара от обществени поръчки е около 12 трилиона руб. годишно (почти 30% от БВП). През 2015 г. квотата за МСП е била 15%, през 2016 г. - 18%, а от 2018 г. - не по-малко от 25%.

2. Повишаване на достъпа до финансиране.

Една от „болните“ теми за малките и средни предприятия е липсата на средства за развитие на бизнеса. Търговските организации изпитват недостиг на оборотен капитал. С настъпването на кризата, банките драстично съкращават кредитите и ожесточават условията за кредитополучателите. Какво предвижда Стратегията за развитие, за да се подобри това положение?

- Увеличаване на достъпа до оборудвания на лизинг за малките предприятия. От една страна ще се въведат данъчни облекчения за лизинговите компании, които сключват договори с малки и средни предприятия. От друга страна, правителството възнамерява да направи специална вноска в „Корпорацията на малки и средни предприятия“, с цел „рекапитализация“ на регионални лизингови компании и разширяване на преференциалните програми за доставчиците. Приемането на съответния федерален закон е насрочено за юни 2017 г.

- През август 2016 г. в Правителството трябва да бъде подаден доклад с предложения за развитието на Стандартите за кредитиране на МСП. Банката „Русия“ през 2016 г. ще продължи да дава преференциални заеми за кредитни институции с 6,5% лихва, а фондът е увеличен до 75 милиарда руб., което е с 25% повече от миналата година. Ще бъде значително опростена схемата за получаване на кредити, за да се гарантират заявленията за участие в конкурси и търгове и банковите гаранции при получаване на обществени поръчки.

- АД „Корпорация на МСП“ ще увеличи максималният размер на финансиране за един проект. През 2016 г. се планира да се увеличи общия обем на кредитирането на малки и средни предприятия, гарантирани от „Корпорация на МСП“ до 117 милиарда рубли, а през 2017 г. - 156 милиарда рубли. През юли 2016 г. трябва да бъде приет и федералния закон с единни изисквания към работата на всички регионални гаранционни фондове. Според правителството, тези мерки ще спомогнат за увеличаване на дела на кредитите за малките предприятия.

3. Данъчно облагане и държавно регулиране.

Предвижда се да се въведат много промени в законите, регулиращи данъчната политика и други области на управлението. Тяхната основна цел е да се увеличи броят на малките предприятия и предприемачите и да се намали броя на „сенчестия бизнес“. Ако в началото на

2016 г. броят им е бил 39 на 1000 души население, то до 2030 г. трябва да бъдат 46 единици.

- трябва да бъдат одобрени „Правилата за недискриминационен достъп ...“ към инженерно-техническите мрежи (вода, топлина, газ) и формата на типовите договори. Документът се приема с цел да се премахнат административните бариери при подвключването на малките и средни предприятия към ключови ресурси;

- данъците за малките и средни предприятия няма да се повишават най-малко 3 години. Самостоятелно заетите лица, получаващи незаконно доходи, ще получат възможност да подадат доброволно уведомление и регистрация като индивидуални предприемачи (ИП) и ще бъдат освобождавани от данъци в продължение на 3 години. Тези граждани ще бъдат освободени от отговорност за незаконни бизнес дейности;

- ще бъдат забранени проверките на МСП в продължение на 3 години. Обещават да се въведат данъчни облекчения за закупуване на оборудване за фиксиране на данни в различни информационни системи и др.;

- до 01 Юли 2018 г., МСП имат преимуществено право да купуват арендуваните от тях държавни и общински помещения.

Изводи

Стратегията за развитие на малките и средни предприятия до 2030 г. според Правителството на РФ драстично ще увеличи делът на самостоятелно заетите лица в икономиката. Планира се развитие на системата за обучение и информиране, в това число - създаване на специални центрове за предоставяне на услуги на предприемачите.

<http://moneymakerfactory.ru/>

Маркетингови проучвания на руския пазар



ЛЕКО ЗАТОПЛЯНЕ СЕ НАБЛЮДАВА В ПЕСИМИСТИЧНОТО НАСТРОЕНИЕ НА РУСКИТЕ ПОТРЕБИТЕЛИ

Според социологическата маркетингова компания Nielsen и направените от нея проучвания, индексът на потребителското доверие в Русия е нараснал от минималното за последните 11 години ниво от 63 пункта до 66 през второто тримесечие на 2016 г. Когато стойностите на Индекса са над 100 точки, това позволява, потребителите на тази страна да бъдат отнесени към групата на оптимистично настроените, а когато стойностите са под 100 точки, това свидетелства за преобладаване на песимистични настроения. Оптимизма или песимизма на потребителите директно се отразява на желанието им да харчат пари.

Предсказуемостта на поведението на околната среда - един от основните двигатели за формиране на потребителските настроения: колкото е по-голяма несигурността в бъдещето, толкова са по-предпазливи потребителите. Въпреки липсата на ръст на реалните доходи, отсъствието на сериозни неблагоприятни икономически и социално-политически събития през второто тримесечие на 2016 г., е допринесло за слабо подобрене на настроението на потребителите.

Компоненти на Индекса.

Индексът се състои от три индикатора: възприятията от потребителите за перспективите на пазара на труда, оценката на собственото финансово положение и степента на готовност да харчат пари.

През второто тримесечие на 2016 г., 16% от руските потребители са очаквали „отлични“ или „добри“ перспективи на пазара на труда през следващите 12 месеца – значението е малко по-високо, отколкото през първото тримесечие (14%), но все още е ниско - през 2015 г. броят на предсказващите благоприятни условия за трудова заетост са били близо 25%, през 2014 г. – близо 35%.

В оценката си на собственото финансово състояние са оптимистични 30% - те очакват „отлични“ или „добри“ перспективи през следващата година, 66% са по-консервативни: 52% предвиждат „не много добро“ лично финансово положение, 14% смятат, че перспективите са „лоши“. През 2015 г. броят на хората, оценяващи благоприятни перспективите си по отношение на личното финансово състояние, е бил около 35%, през 2014 г. - около 40%.

Желанието да харчат пари все още е ниско: като „отлично“ или „добро“ време за придобиване на неща, които са нужни или искат да си купят, са оценили около 18%, „не е много добро“ - 50 %, „лошо“ - 29%. През 2015 г. средният брой хора, готови да харчат пари са били около 25%, през 2014 г. - около 30%.

85% от руските потребители (88% в I тримесечие 2016 г.) са се съгласили, че икономиката е в рецесия, а 52% от тях смятат, че страната няма да може да излезе от икономическата криза през следващата година.

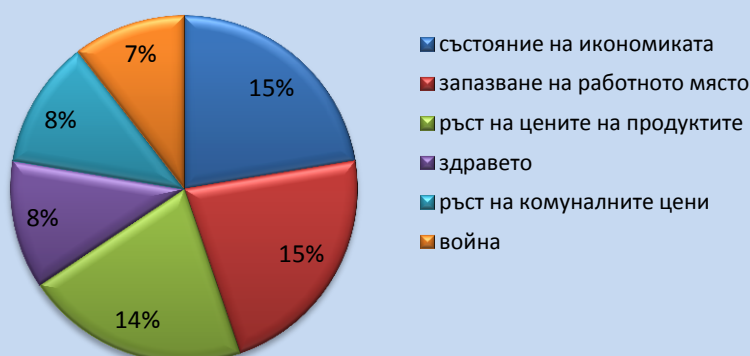
Разпределение на парите и причините за тревога.

76% от руснаците казват, че са намалили разходите си в сравнение с 2015 г. (толкова са и през първото тримесечие на 2016 г.). Както и преди, спестяват предимно за нови дрехи (63%), развлечения извън дома (59%), хранителни продукти – преминали са към по-евтини марки (54%). 46% съкращават бюджета за уикендите и се отказват от кратки отпуски, 42% отлагат подновяването на техниката и електрониката си, 30% спестяват от газ и електроенергия.

Когато икономическите условия се подобрят, напълно ще се откажат от взетите днес мерките за намаляване на разходите 21%. 20% са заявили, че ще продължат да икономисват на развлечения извън дома, газ и електроенергия, продукти – т.е, няма да преминават от по-евтини марки към по-скъпи. 17% ще продължат да се ограничават в закупуването на нови дрехи, 13% няма да се откажат от спестяването от закупуване на техника и електроника.

Назовавайки една основна причина за безпокойство, 15% от анкетираните са отговорили, че това е състоянието на националната икономика и запазването на работното място (19% и 14% съответно през първото тримесечие на 2016 г.), 14% смятат, че основната причина за безпокойство са нарастващите цени на хранителните продукти. Въпросът за здравето е приоритет за 9% анкетираните, 8% се тревожат от повишаването на цените на жилищните и комунални услуги.

Разпределение на отговорите на руснаците на въпроса: „Коя е най-голямата причина за безпокойство през последните месеци“ – 02.2016 г.



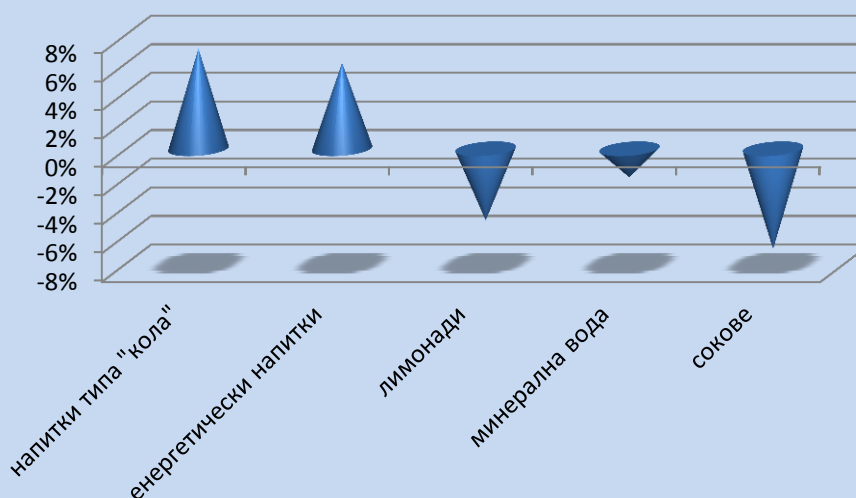


СИТУАЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ: РУСКИЯТ ПАЗАР НА БЕЗАЛКОХОЛНИ НАПИТКИ

Според социологическата маркетингова компания Nielsen, сред всички категории безалкохолни напитки в Русия, през последната година (май 2015 г. - април 2016 г.), ръст на продажбите спрямо същия период година по-рано, се наблюдава само в две: в сегмента напитки от типа „кола“ и енергийните напитки. Другите категории или са стабилни или

намаляват в продажбите.

Динамика на продажбите на безалкохолни напитки в реално изражение в Русия за периода май 2015 г. – април 2016 г.



На сегмента напитки като „кола“ се пада 10% от пазара на продажби на безалкохолни напитки в реално изражение, и за последната година, продажбите в сегмента годишно са се увеличили с 7%. Интересното е, че другите газирани напитки - например лимонада - са станали по-малко популярни сред руснаците: техните продажби за същия период са намалели с 5% в реално изражение.

Успешното развитие на сегмента „кола“ е свързано с позитивната активност на техните производители – и глобалните и местни бизнесмени. Първо, пускат на пазара нискокалорични нови продукти - продажбите им са се удвоили през последната година - и предлагат на клиентите атрактивни промоции, което им дава възможност да привлекат нови клиентски сегменти. Последните работят над дистрибуцията и увеличават представянето на руското производство „кола“ по рафтовете на магазините.

Обемът на продажби на газирани напитки по промоционални цени в съвременен търговски формат в Русия, през първото тримесечие на 2016 г. е в размер на 39% - с 8% повече в сравнение със същия период на 2015 г.

С 6% са се увеличили продажбите на енергийни напитки, което е тенденция от предходната година, когато категорията е нараснала с 11% за година.

Причина за ръста на продажбите на енергийните напитки от една страна е екстензивното развитие: играчите продължават да се разширяват в регионите - от друга страна - най-ниският ръст на цени през последната година сред безалкохолните категории.

Най-голямата категория на пазара на безалкохолни напитки - минералната вода, която заема над 40% от продажбите - забавя развитието си: от 10% ръст през 2015 г., в 2016 г. се наблюдава спад на 2%. В стойностно изражение, тази категория продължава да расте с 6%.

Забавянето на динамиката на развитие на категориите минерални води, най-вероятно се

дължи на икономията: около 40% от руските потребители, според проучване на Nielsen, са заявили, че купуват по-малко минерална вода или дори не купуват.

Заслужава да се отбележи, че руските потребители при избора на марка минерална вода, предпочитат местните производители (61%), и само 14% предпочитат световни марки (според глобално проучване на предпочитанията на потребителите относно произхода на вода).

Друга основна категория на пазара на безалкохолни напитки - плодовите сокове, на които се падат 20% от продажбите в реално изражение - продължава да намалява - в последния период се наблюдава спад в продажбите с 7%, въпреки новите промоционални предложения от страна на производителите и търговците на дребно: според Nielsen, 50% от продажбите на сокове в магазините в Русия са по акции.

<http://www.nielsen.com>



ПРЕПОРЪКИТЕ НА ЛЕКАРИТЕ ГУБЯТ СИЛАТА СИ ПРЕД НИСКИТЕ ЦЕНИ НА ЛЕКАРСТВОТА

49% от руските потребители на безрецептурни лекарства казват, че са по-склонни да пренебрегват предписаните от лекарите препарати, ако цените на препоръчаните от тях лекарства са твърде високи – това са резултати от изследванията на Nielsen, „Руският потребител на безрецептурни лекарства в новите икономически условия“, проведено през май 2016 г.. Такъв тип потребители са станали повече с 4 процентни пункта (пр.п.), в сравнение с септември 2015 г. Също така, 63% от анкетираните (+2 пункта в сравнение със септември 2015 г.), питат а аптеките за по-евтини аналози, което се потвърждава от 93% (+ 5 процентни пункта) фармацевти.

Ръстът на цените на безрецептурни лекарства продължава да бъде осезаем за повечето потребители (през май 2016 г., 70% са забелязали увеличение на цените през последните 4 месеца). Ръстът потребителите оценяват средно на 54% (+6 пункта от септември 2015 г.) за вносните лекарства и 50% (+12 пункта) на произведените в Русия. 52% от анкетираните казват, че са започнали да купуват руски лекарства, вместо вносни.

49% от руските потребители се стараят да намалят разходите си за лекарства, като основна стратегия (91%) остава изборът на аптеки с ниски цени.

При избора на безрецептурни лекарства, руснаците все повече обръщат внимание на цените.

Може ли да се каже, че в последно време Вие.....?	Май 2016 г.	Разлика в показателите от септември 2015 г.
...сте започнали да питате фармацевтите за по-евтини аналози на необходимите лекарства?	63%	+2 пр.п.
...сте започнали по-често да пренебрегвате предписаните от лекарите препарати, ако цените на препоръчаните от тях лекарства са твърде високи?	49%	+4 пр.п.
...сте започнали по-често да търсите в интернет информация за лекарства?	66%	+3 пр.п.
...сте започнали по-често да купувате руски лекарства вместо вносни?	52%	+2 пр.п.

Ръстът на цените на лекарствата притеснява руснаци не по-малко от увеличението на цените на хранителните продукти и комуналните услуги. В същото време намаляването на разходите за лекарства – не е най-популярната стратегия за спестяване: само 1 от 5 потребители в Русия казва, че икономисва на лекарства заради кризата.

За да сравнят цените на лекарствата и да намерят евтини аптеки, 71% от руснаците използват интернет, 51% посещават различни аптеки, за да изберете най-изгодната. Купуването на безрецептурни лекарства онлайн, става все по-актуално в Русия: 33% казват, че са купували лекарствени препарати онлайн. Според данните за май 2016 г., най-популярните категории на онлайн поръчки са витамини (30%), аналгетици (14%) и препарати за лечение на стомашно-чревния тракт и черния дроб (12%).

Мнение на фармацевтите.

За фармацевтите, въздействието на кризата върху стратегията на клиентите в аптеките е очевидно: 96% от тях са заявили, че потребителите все повече се интересуват от цените и 91% „напълно“ и „частично“ са се съгласили, че руският покупател е станал по-икономичен. Ако купувачът не е доволен от цената на лекарството, най-популярната стратегия според фармацевтите е да се избере по-евтин аналог – такива са 83% (+11 пр.п. в сравнение със септември 2015 г.). Делът на тези, които независимо от цената купуват лекарството или напускат аптеката без покупка е изключително малък.

Въз основа на наблюденията на фармацевтите, според които по-голямата част от купувачите избират по-евтини аналози, вместо лекарства чиято цена им изглежда прекомерно висока, още веднъж потвърждава факта, че днес за руснаците цената се явява най-важният фактор при избора на безрецептурни лекарства.

<http://www.nielsen.com>



Икономическа справка за Република Марий Ел



територия:	23 375 кв.км
Глава на републиката:	Леонид Маркелов
федерален окръг:	Приволжски
столица:	Йошкар-Ола
часови пояс:	UTC+3/MSK0
website:	http://mari-el.gov.ru/
население:	685 865
разстояние до Москва	643 км.

АДМИНИСТРАТИВНО-ТЕРИТОРИАЛНО ДЕЛЕНИЕ

- 3 окръга;
- 14 общини;
 - 15 града;
 - 105 села;

ОСНОВНИ МИНЕРАЛНИ РЕСУРСИ НА РАЙОНА:

Торф, глина, варовици, стъквени и силикатни пясъци, горски ресурси.



Гъсто и добре развита речна мрежа. Има повече от 460 реки, 689 езера.

ПРОМИШЛЕНОСТ НА РЕПУБЛИКА МАРИЙ ЕЛ

- Дървообработваща и горска промишленост;
- Автомобилна промишленост и оборудване;
- Химическа и нефтохимическа промишленост;
- Оптико-електронна и оптико-механична промишленост;
- Електроенергетика.

СЕЛСКО СТОПАНСТВО

Републиката е специализирана в зърнопроизводството, производството на зеленчуци, картофи, лен.

Животновъдството в областта е специализирано в отглеждането на едър рогат добитък, производство на месо, мляко и млечни продукти, птицевъдство.

ТРАНСПОРТ

Включва: железопътен, автомобилен, въздушен;

ИКОНОМИЧЕСКИ ПОКАЗАТЕЛИ

- Брутен регионален продукт - ₺ 124,4 млрд., ₺ 180,42 хиляди на човек;
- Инвестиции в дълготрайни активи - ₺ 48,35 млрд., ₺ 70 275 на човек;
- Дял на печелившите предприятия - 75,10 %;
- Преки чуждестранни инвестиции - \$ 5,90 млн., \$ 8,60 на човек;
- Ниво на безработица - 4,80 %;
- Средна месечна работна заплата - ₺ 20 473;
- Жизнен минимум - ₺ 7 201.

Инвестиционни проекти на територията на Република Марий Ел:

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

Инвестиционна привлекателност на Република Марий Ел:

- Предоставяне на данъчни стимули: намаляване на данъка на недвижимото имущество и данък общ доход;
- Специални мерки за подпомагане в стратегическите сектори;
- Подкрепа на малките и средни предприятия: преференциално кредитиране на малките и средни предприятия, предоставяне на субсидии;
- Предоставяне на земи при преференциални условия (за реализиране на проекти в областта на промишлеността, селското стопанство, хотелиерството);
- Благоприятни условия за стопанска дейност, включително ниски производствени разходи, ниски разходи за инвестиционни проекти, с висока възвръщаемост на инвестициите;
- Предоставяне на държавни гаранции за инвеститорите;
- Предоставяне на консултация, информационна и организационна поддръжка.

Приоритетни направления за инвестиции в Република Марий Ел:



ИЗДАТЕЛСКА И ПОЛИГРАФИЧЕСКА
ДЕЙНОСТ



ДЪРВООБРАБОТВАЩА И ГОРСКА
ПРОМИШЛЕНОСТ, ЦЕЛУЛОЗНО-
ХАРТИЕНАТА ПРОМИШЛЕНОСТ



МЕТАЛООБРАБОТВАНЕ



ПРЕРАБОТКА НА СЕЛСКОСТОПАНСКА
ПРОДУКЦИЯ



АВТОМОБИЛНА ПРОМИШЛЕНОСТ И
ОБОРУДВАНЕ



СЕЛСКО СТОПАНСТВО



ПРОИЗВОДСТВО НА СТРОИТЕЛНИ
МАТЕРИАЛИ



СТРОИТЕЛСТВО



ПРОИЗВОДСТВО НА ХРАНИТЕЛНИ
ПРОДУКТИ



ТУРИЗЪМ



ОПТИКО-ЕЛЕКТРОННА И ОПТИКО-
МЕХАНИЧНА ПРОМИШЛЕНОСТ