**5 НАЙ-ПОПУЛЯРНИ ВИДОВЕ БИЗНЕС В РУСИЯ ПО ВРЕМЕ НА КРИЗАТА**

Нестабилната икономическа обстановка засяга всички по различен начин: някои видове бизнес страдат повече, други - по-малко, а за трети се отварят нови перспективи. Според открити статистически данни може да се проследят основните тенденции и да се направят изводи: в кои сфери сега е най-изгодно да се открива бизнес и в кои не.

Кризите идват и си отиват, а трябва винаги да се работи. Какъв бизнес сега се търси и къде да се търсят перспективни ниши? Независимо от факта, че бизнес активността е намаляла, броят на регистрираните индивидуални предприемачи (ИП) в Русия се е увеличил. Според в. „Комерсант" до декември 2015 г. техният брой е бил 3 643 911, срещу 3 534 516 за същия период на 2014 година.

Спадът на бизнес активността се дължи главно на спад в продажбите и инвестициите. Нека да разгледаме какво е положението по три направления:

- Търговия;

- Услуги;

- Производство.

**Тенденции в търговията.**

Отрицателното въздействие на кризата върху търговията на дребно е очевидно: снижаване на доходите, „икономичен“ модел на поведение, преход на клиентите към по-евтини стоки. Последният фактор не за всички е отрицателен. Разширяват се мрежите от магазини „всичко по една цена", като активно се разширяват в отдалечените райони на Русия; възражда се комисионната търговия.

От какво се оплакват работодателите:

1. спад в продажбите - отбелязват 76% от анкетираните;

2. на 55% от търговците на дребно се е наложило да повишат цените;

3. увеличени са разходите за наем и данък сгради.

Като цяло – настроението е песимистично, съживяване на потребителското търсене едва ли може да се очаква в близко бъдеще. Но на секторна основа, за промишлените стоки спада е различен. В отделни позиции индекса на бизнес активността е над средното ниво.

*Значение на търговския индекс за отделните търговски сектори.*

|  |  |
| --- | --- |
| ТЪРГОВСКИ ПРОФИЛ | ЗНАЧЕНИЕ НА ТЪРГОВСКИЯ ИНДЕКС |
| Детски стоки | 6,1 |
| Спортни стоки | 5,9 |
| Стоки за дома и хоби стоки | 5,9 |
| Заведения - ресторанти и кафета | 5,2 |
| Аксесоари | 4,8 |
| Обувки | 4,8 |
| Битова техника и електроника | 4,5 |
| Парфюмерия и козметика | 4,5 |
| Дрехи | 4,2 |
| Кино и развлечения | 3 |

Пазарът на потребителски стоки и услуги клас „лукс" на практика не се е променил. Сегментът на „иконом" клас не е развит. Необходими са специални умения, за да се формира печалба на ниски цени, ниски разходи и маржове. През последните години най-динамично се е развивала търговията в сегмента на средния клас, а най-голям спад на реалните доходи се наблюдава точно при тази част от населението.

**Пазарът за платени услуги.**

В сферата на услугите ситуацията е различна. Отбелязва се общ потребителски ценови спад, но той не е рязък. През ноември 2015 г. делът на платените услуги в общите разходи на населението даже се е увеличил - 20,8% (през 2014 г. - 19,9%).

Перспективни тенденции в сферата на услугите.

• **Туризъм** - вътрешни маршрути, селски туризъм. С цел спестяване на средства, много хора организират почивката си самостоятелно: не случайно в хотелската индустрия се наблюдава ръст. Разширяват се нишите за организиране на мини-хотели, заведения за обществено хранене, паркинги, хостели - по протежението на магистралите и местата за отдих.

• **Всички видове аутсорсинг** - големи и средни фирми икономисват за персонал, маркетинг, IT-услуги и образование. Малкият бизнес използва тези трудности и предлага евтини услуги и продукти. Лидер е IT-сферата: мобилни приложения, конструктори на сайтове, анализи и др.

• **Медицински, оздравителни, спортни услуги** - на този пазар има явно повишаване на търсенето – онлайн обслужване и консултации с лекари от цял свят, анализи на МРТ и КТ снимки, диагностика и програми за лечение и др.

Като цяло, хората не спират да използват услуги, само избират по-евтини, като приоритетна е детската продукция.

**Производство.**

Производственият бизнеса показва най-оптимистичен индекс на активност в сравнение с други дейности. Санкциите принуждават големите производители да търсят заменители на вносните компоненти, материали и продукти, като за малкия бизнес се откриват възможности за обслужване на големи предприятия.

Производство на хранителни продукти.

Големите търговски вериги през 2015 г. са подписали нови договори с 800 доставчици. Делът на руски стоки се е повишил с два пъти в сравнение с 2014 година. По много продуктови групи нивото е достигнало до 90 - 100%. Плодове и зеленчуци се доставят от южните региони на Русия, Тулска и Московска област; 90% от млечните продукти са руски и белоруски.

Иновативни технологии.

Инвеститорите и големите предприятия в момента са по-склонни да подкрепят руските разработки, които в продължение на много години са стояли в Институтите за научни изследвания. Учените не могат успешно да придвижват своите нови продукти, да търсят клиенти, да регулират пускането на опитни образци.

Високоспециализирани ниши.

Много големи производители се нуждаят от компоненти, чието производство е нерентабилно и трудно. Такива задачи те с удоволствие възлагат на аутсорсинг на малките предприятия. В тези ниши винаги има достатъчно свободни места.

Продукция за износ.

Всичко, което се произвежда за износ трябва да бъде произведено и продадено. Пречат - липсата на информация, проблемът с намирането на купувачи. Има специализирани структури, където може да се получат съвети по тези въпроси.

Изводи: На въпроса какъв тип бизнес в момента е търсен в Русия, еднозначен отговор няма. Има успешни примери в различни отрасли. Ключови позиции заемат търговията на едро и дребно с хранителни продукти, евтини стоки, производство на храни; транспорт; услуги в IT-сферата, медицината, отделни образователни, културни и спортни проекти. Във всеки случай, на мястото на напускащия бизнес идват тези, които предлагат нови, по-удобни и ефективни решения. <https://lenta.co/>