

Статус европейско-российских экономических отношений

Как европейские компании могут извлечь выгоду из кризиса

Более 6000 немецких компаний и тысячи компаний из других европейских стран, а также из самых разных отраслей, имеют в России зарегистрированные представительства, филиалы и дочерние предприятия. Даже текущий спад объемов торговли между Европейским союзом и Россией не привел к существенному сокращению данных цифр. Европейские предприятия, прежде всего немецкие, как и прежде продолжают работать в России, однако зачастую их действия носят уже не столь интенсивный характер или частично переведены в режим экономии. Но в России ценят тех, кто не сворачивает свое дело во время кризиса и кто не уходит с рынка даже в трудные времена. Еще большим уважением пользуются предприятия, которые именно в кризис создают в России что-то новое – и таких случаев немало.

Антициклический принцип действия

Предприятия, которые именно сейчас открывают или расширяют свой бизнес в России, встретятся с доброжелательным отношением во всех инстанциях, прежде всего – на уровне региональных и локальных администраций. С приходом очередного расцвета экономики в своей стране россияне не забудут тех, кто не отвернулся от страны в трудное время. Например, некоторые немецкие предприятия именно сейчас осуществляют локализацию своего производства в России. При этом речь, как правило, не идет о полном цикле производства, а скорее об окончательной сборке. И даже малые предприятия могут сейчас хорошо зарекомендовать себя у своих потенциальных клиентов за счет креативных решений, например, направив в Россию своего первого собственного представителя, что зачастую даже не требует официальной регистрации их компании. Данный путь можно назвать «скоростным выходом на рынок». Такой способ выхода на рынок может рассматриваться как некий «испытательный срок», который не повлечет за собой хлопотного снятия компании с регистрационного учёта в том случае, если, вопреки ожиданиям, что-то пойдет не по плану.

Модернизация российской экономики

К сожалению, относительно планов модернизации российской экономики, о которых так часто говорили Президент и Премьер-министр, едва ли можно отметить что-то положительное. Производство на российских предприятиях, как правило, не может похвастаться эффективностью и инновациями. В то же время есть множество передовых ученых и исследователей, которые, однако, не имеют возможности практического применения своих знаний, не говоря уже об их внедрении в массовое производство. Система послешкольного образования, как правило, мало ориентирована на практику, впоследствии чего многие студенты выбирают курсы, которые оказываются не нужны им на практике. По этим и другим причинам Россия не может рассматриваться как страна с благоприятными с точки зрения затрат условиями для производства. Соответственно, во многих случаях локализация производства может оправдать себя только как способ избегания или минимизации таможенных пошлин и расходов на логистику.

Ввиду всего этого может возникнуть впечатление, что российский рынок не представляет собой интереса для иностранных компаний, однако это не так. Наоборот, именно в свете вышесказанного потребность в европейских инвесторах в России особенно велика. В автомобильной промышленности данная ситуация уже привела к тому, что рынок контролируется западными предприятиями. Например, Рено-Ниссан владеет большинством акций традиционного российского автопроизводителя АвтоВАЗ (марка «ЛАДА»).

„Сделано в Германии“ все еще высоко ценится

Спрос российских клиентов на высококачественную немецкую продукцию по-прежнему высок, равно как и их ожидания получить соответствующий сервис (который китайские конкуренты пока ещё не в состоянии предоставить). Для предоставления высококлассного сервиса необходимо наличие локального представительства, хорошее послепродажное обслуживание, быстрое и оперативное реагирование на пожелания клиента, а также клиентские отношения, построенные на личном доверии. Это не всегда требует больших расходов, однако для создания подобных структур в России необходимо время. Поэтому выход на российский рынок именно сейчас представляется исключительно интересным и весьма перспективным шагом.

Ульф Шнайдер, Управляющий партнер





European Russian Relations Statements

Dr. Ioannidis, President of FRECH:

From a long term point of view, Russia offers a great market potential in which it's worthwhile to continually invest in business relationships.



Gabriele Galante, President of IMF GROUP, President of CEMAFON:

"This moment is not so easy, indeed we could say that the moment it is very difficult, practically worldwide. Just those involved in production, steel plants, machines, etc. look ahead anyway with persistence but also with great determination for business opportunities in the markets. Despite the unfair embargo, devaluation of the Ruble and the collapse of oil prices, Russia is a great country that will come around again through its entrepreneurs and find the way to react.

The need to produce all products previously purchased on the international market should be seen as a growth opportunity in the Russian industry, but it's also an opportunity for the European industry that has always looked toward the Russian market with interest and great will of collaboration.

I think that in the future, European industrialists should consider investments as production units in this great country so that Europe together with Russia, could be an important piece in the chess-board of the worldwide industry. We hope that those who experience the industrial world day by day have the right and will to overcome the difficulties that the situation presents us. We have to seek cooperation in the interest of our workers and our companies either in Russia or in Europe, and act in such a way to reach the common goal of the economic and social development."



Olaf Schulz, Area Director FOSECO East

„Currently, whilst the market environment for our Russian foundry customers is very challenging, we are increasing our efforts to support Russian foundries with our comprehensive product offering and on-site application and methoding support. Our view on the Russian foundry market is unchanged and we see this a highly attractive long-term strategic opportunity, and we remain convinced that strong business partnerships are the best way to achieve sustainable process and cost optimisation for our customers.“

