

КАКОЙ НЕМЕЦ НЕ ЛЮБИТ БЫСТРОГО РОСТА

ГЛАВНЫЙ РОССИЙСКИЙ КОЗЫРЬ ВО ВЗАИМООТНОШЕНИЯХ С ДЕЛОВЫМ СООБЩЕСТВОМ ГЕРМАНИИ НЕ ГАЗ И НЕФТЬ, КАК СЧИТАЮТ МНОГИЕ. ЕЩЕ БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЭНЕРГОНОСИТЕЛИ, НЕМЕЦКИЕ БИЗНЕСМЭНЫ ЛЮБЯТ ТЕМПЫ РОСТА, КОТОРЫХ ОНИ ДАВНО НЕ НАХОДЯТ У СЕБЯ. НЕУДИВИТЕЛЬНО, ЧТО В СЕГОДНЯШНЕЙ РОССИИ ИХ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ПРИВЛЕКАЮТ ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЕЕ ЭКОНОМИКИ И ВНУТРЕННЕГО РЫНКА.

АНДРЕЙ ГУРКОВ, КЕЛЬН

СКРОМНОЕ ОБАЯНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА

«Просто дух захватывает от того, какими темпами растет реальный товарооборот». Именно с таким не свойственным для лидера государства едва ли не детским восторгом заговорила о нынешнем состоянии германо-российского экономического сотрудничества Ангела Меркель, впервые приехав в Москву в качестве канцлера Германии. Очевидно, готовясь к этой поездке, она заглянула в статистику двусторонней торговли — и испытала те чувства, которые поначалу посещают многих немецких бизнесменов, занятых поиском новых рынков сбыта и нередко обращающих свои взоры в сторону России. И при этом еще не сведущих о тех трудностях и подводных камнях, которые их здесь ждут. У них тоже, особенно на первых порах, захватывает дух.

Однако с чего бы такая восторженность? Ответ звучит несколько неожиданно: в сегодняшних темпах развития российской экономики немцы видят то, чего не находят у себя. Вот уже несколько лет регулярные отчеты статистического ведомства ФРГ о положении дел в крупнейшем народном хозяйстве Европы отличаются удручающим однообразием. Беспристрастные собиратели цифр, работающие вдали от большой политики в курортном Висбадене, из месяца в месяц, из квартала в квартал сообщают немецкой общественности практически одно и то же: темпы экономического роста в Германии по-прежнему весьма низкие (то чуть больше, то чуть меньше 1% в год), внутренний рынок либо стагнирует, либо сокращается, а потому увеличение валового внутреннего продукта обеспечивается одним лишь экспортом. При этом, хотя важнейшими внешнеэкономическими партнерами Германии остаются страны Европейского союза, наиболее быстрыми темпами растет товарооборот с двумя государствами за пределами ЕС — Китаем и Россией. И так все последние годы.

Например, в третьем квартале 2005 года (более свежих данных обстоятельные висбаденские эксперты еще не успели обнародовать) рост немецкого экспорта в Россию составил по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года 24,3%. Подобного плюса не было даже в германской торговле с Китаем!

Вот в этом-то и состоит сегодня основное обаяние российского рынка для немецких бизнесменов: их прежде всего завораживает сама динамика двусторонней торговли, а не абсолютные цифры. В итоге дух захватывает не от достигнутого уровня, а от открывающихся перспектив.

Для России Германия действительно главный зарубежный рынок сбыта и одновременно главный поставщик импортной продукции. А вот в германской внешнеторговой статистике Россия играет куда более скромную роль — по итогам 2004 года (официальные данные за 2005-й, напомним еще раз, ведомство в Висбадене еще не опубликовало) РФ в списке важнейших покупателей немецкой продукции занимала скромное 14-е место, уступая, например, таким странам, как Чехия или Бельгия. Поставки немецких товаров в Россию составляли всего 2% от общего экспорта Германии. Для сравнения: во Францию, которая тра-

диционно является важнейшим внешнеторговым партнером ФРГ, за тот же период ушли 10,3% всего немецкого экспорта, в США — 8,8%, в Великобританию — 8,3%.

Так что назвать российский рынок жизненно важным для Германии пока трудно. Но зато какие там темпы роста! Немецкий предприниматель или менеджер, особенно если его бизнес связан главным образом с внутренним рынком Германии, изголодался по динамике, ему хочется экспансии. Поэтому он и делает ставку на экспорт или на освоение внешних рынков, ведь у себя на родине по-настоящему мощного экономического подъема он может так и не дожидаться.

МЕТРЫ METRO Весьма характерна в этом отношении стратегия крупнейшего в Германии и второго по величине в Европе торгового концерна Metro Group. Все последние годы он целенаправленно проводил политику ин-

тернационализации своего бизнеса. В результате в 2005 году зарубежные подразделения концерна впервые обеспечили более половины годового оборота. Их доля будет расти и дальше, заверяет своих акционеров правление Metro, и итоги минувшего года полностью подтверждают правильность выбранного пути — в то время как в Германии выручка сократилась на 2,2%, за рубежом она выросла на 10,5%.

Недавно концерн Metro, действующий уже в 30 странах мира, заявил, что готовится к открытию первого мелкооптового маркета Metro Cash & Carry в Пакистане. Если немцы решили выйти на такой далекий, весьма специфический и, прямо скажем, не очень безопасный рынок, как пакистанский, то продолжать чрезвычайно удачно начавшуюся экспансию в России им сам бог велел. Что Metro, собственно, и делает: тот самый €1 млрд, который немецкий торговый концерн намерен вложить до конца нынеш-

него десятилетия в создание по всей России сети из примерно 50 маркетов Cash & Carry, стал уже хрестоматийным примером стремительно развивающегося двустороннего сотрудничества.

Примеру Metro, пришедшему в Россию в 2001 году, последовали другие немецкие торговые фирмы. Например, концерн OBI, который сначала набрался опыта и прочно закрепился в Восточной Европе. В Польше у OBI уже 23 центра по торговле отделочными материалами и товарами для дома, в Чехии — 16. Так что те два маркета, которые действуют сейчас в Москве, воспринимаются всего лишь как передовой отряд, предвещающий скорый подход основных сил.

Не чем иным, как зондированием рынка, является и открытие в прошлом году в торговом центре «Мега» в Химках первого в России универмага немецко-европейской сети C&A. Тут речь уже идет не о продуктах питания или товарах для тех, кто обживает новое или ремонтирует старое жилье, а об одежде, хотя и не очень дорогой.

На дальнейшую интернационализацию своего бизнеса всех этих мелкооптовых и розничных торговцев толкает хронический застой на немецком внутреннем рынке — в России же их привлекает не прекращающийся вот уже несколько лет потребительских бум. То есть все те же самые темпы роста.

ГОВОРИМ ИНВЕСТОР — ПОДРАЗУМЕВАЕМ РИТЕЙЛЕР В результате ритейлеры всего за пару лет стали одним из передовых отрядов немецких инвесторов в России — создали новые рабочие места, внедрили на российском рынке современные принципы менеджмента, европейские стандарты качества. А также, подчеркнем это особо, интегрировали Россию в свои международные корпоративные сети. Так что если на политическом и институциональном уровнях интеграция России в мировую экономику идет достаточно туго, о чем свидетельствует история ее непростого движения к членству в ВТО, то в плоскости реального бизнеса процесс этот явно набрал обороты.

Вполне естественно, что у прямых немецких инвестиций в России и у экспортных поставок из Германии много общих особенностей. В частности — все то же соотношение абсолютных и относительных цифр. Германия, какую методику подсчета ни возьмешь, уверенно входит в пятерку крупнейших иностранных инвесторов в России. Тем не менее объемы капиталовложений сами по себе не впечатляют и даже блекнут при сравнении с теми деньгами, которые уже ушли в бывшие соцстраны, вступившие в ЕС, или в Китай. Однако при этом нельзя не отметить, что кривая роста радует глаз.

Другой особенностью немецких инвестиционных решений является то, что они служат достаточно точным индикатором состояния дел в отдельных секторах российской экономики. Инвесторы из Германии, как правило, первопроходцами не становятся, на опережение не действуют, тренды не предвосхищают. Чаще всего они реагируют на уже сложив-

СЕГОДНЯ ОСНОВНОЕ ОБАЯНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ДЛЯ НЕМЕЦКИХ БИЗНЕСМЕНОВ СОСТОИТ В ТОМ, ЧТО ИХ ПРЕЖДЕ ВСЕГО ЗАВОРАЖИВАЕТ САМА ДИНАМИКА ДВУСТОРОННЕЙ ТОРГОВЛИ, А НЕ АБСОЛЮТНЫЕ ЦИФРЫ



ТОРГОВЫЙ КОНЦЕРН METRO GROUP ВСЕ УВЕРЕННЕЕ ЧУВСТВУЕТ СЕБЯ В РОССИИ ФОТО ЕВГЕНИИ СОБОЛЬ