

Средний бизнес открывает для себя Индию

Немецко-индийские кооперационные биржи дают возможность получить более широкий доступ на рынки Индии и добиться взаимовыгодности для представителей среднего бизнеса Германии и индийских потребителей. Так считает гость рубрики Dr. Раджниш Тивари.



Раджниш Тивари (5-й слева) на бирже контактов

Гамбург. С начала экономических реформ 90-х годов индийская экономика растет очень быстрыми темпами. В период с 1991 по 2011 годы валовой внутренний продукт (ВВП) Индии вырос примерно с 300 млрд. долларов США в шесть раз и составил более 1,8 триллиона долларов. По паритету покупательной способности Индия является сегодня третьей по величине экономикой мира после США и Китая. Впечатляют и перспективы на будущее: согласно расчётам Международного валютного фонда, до конца 2017 года ВВП Индии может опять почти удво-

иться и достичь объёма примерно в 3,2 триллиона долларов США.

Неуклонный рост экономики оказал положительное влияние на реальные доходы на душу населения Индии. Несмотря на социальный дисбаланс, покупательная способность потребителей однозначно возросла. Привлекают инвестиции в развитие индийской инфраструктуры, чем увеличивается спрос на оборудование. Роль Индии как серьезного двигателя мирового развития будет, по всей видимости, укрепляться и в дальнейшем, основываясь на важ-

ных региональных преимуществах, таких как благоприятная демография и еще далеко не насыщенный рынок.

Разумное использование экономического потенциала Индии

Германия и немецкие фирмы осознают гигантский экономический потенциал индийского субконтинента, о чём свидетельствуют данные по торговле и инвестициям. В экономическом развитии Индии всё активнее участвует и немецкий средний бизнес в лице представителей таких отраслей как автомобилестроение,

возобновляемые источники энергии, а также машиностроение и производство оборудования. Тем не менее существует еще много неоткрытых возможностей в Индии для немецких МСП. Это объясняется, прежде всего, отсутствием знаний о рынке, нехваткой ресурсов, а подчас и явно выраженным желанием избежать сомнительных ситуаций. Приведем два классических примера «ошибочной оценки» по отношению к индийскому рынку:

1. Оценка потенциала рынка на основании доходов на душу населения: привлечение показателя «доход на душу населения» при принятии важных решений об экспорте на индийский рынок может оказаться проблематичным. Несмотря на значительные темпы развития, средний индивидуальный доход в Индии остается все ещё на низком уровне (примерно 1 600 долларов США в год). Односторонний фокус на этом показателе не учитывает два важных фактора:

- более 80% трудового населения Индии заняты в т.н. «неформальной» экономике, т.е. государственные статистические ведомства не имеют точных сведений об уровне их доходов;
- реальная покупательная способность типичного домохозяйства, состоящего в среднем из пяти человек, может быть значительно выше.

2. Взгляд на Индию исключительно как на рынок сбыта: средние предприятия зачастую склонны выводить свои товары на рынок Индии без учёта его особенностей. А индийский рынок устроен по-другому. Быстро растущий средний класс хочет покупать изделия высокого качества, известной марки и с хорошим имиджем, но не может или не хочет платить за них цену, принятую на международном рынке. Некоторые средние компании Германии осознали данную «потребность». Они разрабатывают продукцию, соответствующую этой специфике, а потом внедряют ее также на схожих рынках, а зачастую и в глобальных масштабах. Непременным фактором успеха в Индии является продукт, приспособленный к потребностям рынка, вне зависимости от уровня технологичности. Вне нишевых рынков марка «Сделано в Германии» станет залогом успеха только в сочетании с ценами, отвечающими условиям рынка, – так считают

GIRT – Германо-индийский круглый стол



Германо-индийский круглый стол (German-Indian Round Table или GIRT) был ос-

нован в 2001 году и представляет собой объединение единомышленников, которых с Индией связывают большая экономическая и личная заинтересованность. Целью GIRT является обмен информацией об Индии и содействие развитию индо-германских экономических отношений. Проводимые время от времени культурные, общественные и социальные мероприятия, связанные с Индией, поддерживаются участниками т. н. индо-германских «столов навсегда». Такие встречи за «столом навсегда» регулярно проводятся во многих немецких и индийских городах. Информационный радиус GIRT сегодня охватывает около 3 000 актеров индо-германской экономической сцены. Руководитель и пресс-секретарь GIRT работают на общественных началах. Раджниш Тивари возглавляет гамбургскую секцию GIRT.

Контакт:

Dr. Rajnish Tiwari
German-Indian Round Table (GIRT)
Hamburg
c/o Institut für Technologie- und Innovationsmanagement
TU Hamburg-Harburg
Schwarzenbergstr. 95 D
21073 Hamburg

Tel: +49 (0)40 42878 3776
Fax: +49 (0)40 42878 2867

E-Mail: tiwari@tuhh.de
Web: www.girt-hamburg.de

представители среднего бизнеса среди участников Германо-индийского круглого стола (GIRT).

Описанных классических случаев «ошибочной оценки» проще всего избежать, если сотрудничать с на-

дёжными и компетентными партнерами на местах. Они обладают солидными знаниями рынка, собственными ресурсами, имеют широкие связи в бизнес-сообществе. Многие индийские МСП амбициозны, они хотят расширить свою деятельность как в национальном, так и международном масштабе. Но им часто приходится бороться не только с дефицитом ресурсов, но и с отсутствием глубокого понимания немецкого рынка и культуры труда в Германии.

Средний бизнес Германии и индийские партнёры

Стремление к расширению рынка может послужить хорошей основой для взаимовыгодного сотрудничества („win-win“) с немецкими МСП. В целях наиболее эффективного использования рыночного потенциала средним бизнесом в июне 2012 года в Гамбурге и Лейпциге прошли две кооперационные биржи для немецких и индийских МСП, организованные в рамках Программы Федерального министерства экономики и технологий Германии по подготовке управленческих кадров совместно с GIRT. Благодаря этим биржам группа в составе 20 управленцев из восьми отраслей экономики Индии приняла участие в 63 индивидуальных встречах (49 в Гамбурге и 14 в Лейпциге) с немецкими предпринимателями. Чтобы лучше подготовиться к предстоящим переговорам, участники заблаговременно получили подробную информацию о немецких фирмах. Многие из этих встреч имели продолжение и стали началом деловых отношений. Обе биржи получили самую положительную оценку со стороны участников.

Данный пример подчёркивает значение личных контактов именно для МСП, которые зачастую не имеют густой сети деловых связей в конкретной стране-партнёре. При этом обе стороны получают возможность выхода на рынок, и заодно несколько уменьшаются связанные с ним риски. Так кооперационные биржи могли бы стать эффективным стимулом для немецко-индийского сотрудничества на более широкой основе посредством привлечения МСП. ■

Dr. Раджниш Тивари, GIRT

Нам важно узнать Ваше мнение!

На сайте www.giz.de/gc21/mp/feedback Вы можете оставить нам свои комментарии по поводу этого выпуска журнала.

