



# Формы и методы выхода немецких компаний на российский рынок металлорежущего оборудования

*Д.Е. Генюк*

Рынок машин и оборудования является наиболее динамично развивающимся сектором международной торговли. На долю машиностроительной продукции по итогам 2007 года пришлось более 36% мирового экспорта (4 956 млрд долларов США при объеме мирового экспорта в 13 619 млрд долларов США)<sup>1</sup>. В экспорте промышленно развитых капиталистических стран, таких как Япония, США, Германия доля машин и оборудования достигает 80%. Важнейшую роль на мировом рынке в последние годы приобретает сегмент металлообрабатывающего оборудования, продукция которого широко представлена во многих отраслях промышленности: медицинской, аэрокосмическое, транспортной, бытовой техники и т.д. Жесткая конкуренция, в том числе и на российском рынке, вынуждает зарубежных производителей и экспортеров металлорежущего оборудования искать новые способы удовлетворения требований клиентов. Этому способствует, помимо использования всевозможных финансовых льгот и сервисных услуг, также усовершенствование самих форм и методов торговли. Немаловажную роль играет и совершенствование стратегий выхода на иностранные рынки.

Россия является крупным импортером продукции машиностроительной отрасли. И это вполне обоснованно, поскольку, как известно, применение продукции машиностроения является важнейшим фактором повышения эффективности производства и основой экономического роста. В соответствии с данными Тамо-

женной статистики РФ, доля машин и оборудования в общем импорте России, достигшем в 2007 году 200 млрд долл., составила 51%, или 102 млрд долл., по сравнению с 65,7 млрд долл. по итогам 2006 года<sup>2</sup>.

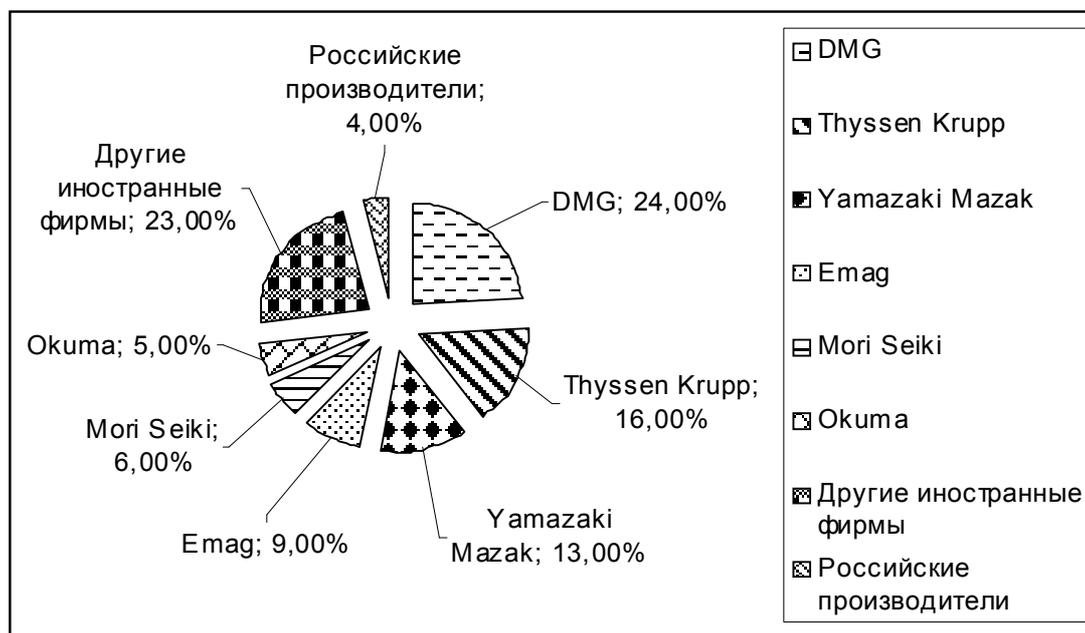
В структуре российского импорта металлорежущих станков важнейшим поставщиком данной продукции на российский рынок является Германия. Ведущая роль Германии на мировых рынках металлорежущего оборудования позволяет ей в настоящее время удерживать свои лидирующие позиции и на российском рынке, несмотря на рост конкуренции со стороны японских, испанских, южнокорейских, тайваньских и отчасти американских фирм.

Среди крупнейших производителей и экспортеров металлорежущих станков на мировом рынке пальму первенства захватили японский концерн Yamazaki Mazak и немецкий Deckel Maho Gildemeister (DMG), потеснив за последние годы с лидирующих позиций других немецких гигантов – Thyssen Krupp и Trumpf. В частности, в 2008 году концерн DMG произвел 1/6 часть всех немецких металлообрабатывающих станков и 3% от общемирового показателя<sup>3</sup>. Анализируя позиции зарубежных машиностроительных компаний на рынке металлорежущего оборудования России в течение ряда последних лет, можно проследить укрепление лидерских позиций немецких экспортеров.

Структура российского рынка металлообрабатывающего оборудования представлена на диаграмме 1.



**Структура российского рынка металлообрабатывающего оборудования**



Составлено по материалам: маркетинговое исследование DMG Europe Holding (2008 год).

Важными факторами успешной деятельности немецких компаний на российском рынке, обеспечивающими им высокую конкурентоспособность, являются, в первую очередь, имеющийся у них серьезный опыт работы за рубежом, а также их инновационная деятельность по самым современным направлениям - лазерное, ультразвуковое оборудование. Большое значение для продвижения немецких компаний на российском рынке имеет развитая система предоставляемых ими услуг и грамотная маркетинговая политика.

Необходимо отметить, что ведущим немецким машиностроительным компаниям, таким как концерн DMG, зачастую невыгодно налаживать производство в России ввиду высоких капитальных затрат, и возможного риска ухудшения качества производимого оборудования. Одной из основных причин, препятствующих налаживанию производства станков под брендом DMG в России, является также отсутствие необходимого платежеспособного спроса на данную продукцию. По данным самой компании, в 2007 году оборот DMG на рос-

сийском рынке составил около 27 млн долларов. Согласно расчетам компании, средние затраты на открытие завода с объемами производства 30-35 единиц оборудования в год могут составить от 80 до 120 млн евро, в зависимости от местоположения и наличия необходимой инфраструктуры. Тем не менее, ряд крупных немецких концернов рассматривает возможность открытия собственного производства на территории Российской Федерации, в частности, за счет создания совместных предприятий с российскими компаниями, что позволит немецким предприятиям не только снизить риски освоения рынка, но и сократить необходимые капиталовложения.

Вместе с тем, жесткая конкуренция, в том числе и на российском рынке, вынуждает немецких производителей и экспортеров машин и оборудования искать новые способы удовлетворения требований клиентов. Этому способствует, помимо использования всевозможных финансовых льгот и сервисных услуг, также усовершенствование самих форм и методов торговли.



Обобщая анализ способов выхода немецких машиностроительных компаний на рынок России, представляется целесообразным выделить три основных на сегодняшний день формы их деятельности:

- прямой экспорт с созданием коммерческого представительства,
- кооперация на базе создания совместных предприятий,
- налаживание собственного производства.

На современном этапе наиболее распространенной формой присутствия немецких машиностроительных корпораций на российском рынке пока еще является создание представительства. Такая форма удобна при изучении страны, ее законодательства, ситуации на рынке. Представительство не является юридическим лицом, соответственно круг обязанностей и разрешенных законом действий у него достаточно ограничен, однако это позволяет снизить риски присутствия на российском рынке. Как правило, представительство немецкой машиностроительной компании на российском рынке занимается поиском и привлечением новых клиентов, а также поддержанием обратной связи со старыми клиентами. Представительство от имени иностранной компании принимает участие в выставках, проводимых на территории Российской Федерации, что является основным и наиболее эффективным способом привлечения новых покупателей и демонстрации оборудования в действии.

Тем не менее, в последние годы все большее распространение при работе немецких машиностроительных компаний на рынке России получает и создание совместных предприятий с российскими компаниями. Многие компании, имеющие сегодня возможность действовать самостоятельно, отдают предпочтение кооперационной стратегии, в особенности на начальном этапе своей деятельности в России. Причинами этого являются, прежде всего, стремление снизить риски вхождения на новый рынок и желание ускорить процесс проникновения на рынок. Одним из примеров удачного сотрудничества немецкой и российской компаний-производителей металлорежущего оборудования является совместное предприятие ООО КБ «Станкоинвест» и немецкой G.D.W., входящее, на сегодняшний день, в

тройку крупнейших поставщиков в сегменте относительно недорогих токарных станков с ручным управлением на российском рынке. Новые технологии и качественно новый уровень управления предприятием позволили убыточному «Станкоинвесту» всего за 3 года с момента создания совместного предприятия в 2005 г., достичь ежегодного оборота на российском рынке на уровне 207 млн рублей<sup>4</sup>. Также можно выделить крупный проект по кооперации немецкого гиганта Siemens и российских «Силовых машин», призванный вывести производство турбин и электрогенераторов в России на качественно новый уровень.

Что касается третьей, наиболее сложной и вместе с тем наиболее высокой, с точки зрения организации, формы деятельности, а именно, налаживания немецкими машиностроительными компаниями собственного производства на российском рынке, то следует отметить, что на сегодняшний день она не получила достаточного распространения. С одной стороны, многие немецкие производители рассматривают данный способ работы на российском рынке как привлекательный, поскольку в случае так называемого «инвестирования с нуля» - организации полного цикла производства конечного продукта – компания-инвестор избавляется от какой-либо зависимости от местного партнера и опасности столкнуться со скрытыми долгами и обязательствами после покупки готового предприятия. Кроме того, в пользу строительства нового производственного объекта говорит возможность постепенного инвестирования капитала. Для страны, в которой компания планирует открыть производство, также существует много плюсов данной стратегии. Прямые инвестиции увеличивают приток капитала в экономику, сочетая в себе трансфер технологий, способствуют росту занятости населения и стабилизации баланса платежей, обеспечивают значительные поступления в государственный бюджет в виде налоговых платежей иностранных компаний<sup>5</sup>.

Тем не менее, на сегодняшний день абсолютное большинство крупных немецких производителей оборудования переносит производство в Россию крайне редко. Чаще всего это происходит в том случае, когда это становится необходимым для реализации рыночного потенциала, а не из-за низкой стоимости факторов производства. Невысокий по сравне-