



Возможности российских и казахских компаний в Европе

Доклад: Дитмар Эрвин Руттенштайнер, Глобальный Форум,
Алматы, Казахстан, 13 мая 2017

14 800 млрд. долларов США

Такую сумму можно назвать, говоря об экономических показателях экономики в Европе.

Для сравнения, в Соединенных Штатах Америки эта сумма составляет 18 500 млрд., а в Китайской Народной Республике – около 11 300 млрд. долларов США.

Какие возможности для выхода на второй по величине мировой рынок могут открыться для Вас и как сделать первый шаг в нужном направлении?

Немного обо мне: меня зовут Дитмар Эрвин Руттенштайнер, я – бизнес-консультант из Австрии, моя основная сфера деятельности – это вывод компаний на немецкоязычный рынок Евросоюза, который представляют такие страны, как Германия, Швейцария, Лихтенштейн, часть Северной Италии и, конечно, Австрия.

Перед тем как перейти к возможностям, которые могут открыться для Вас на европейском рынке, я хотел бы поблагодарить от всего сердца организатора этого слета компанию «RANEPА» и лично господина Сергея Календжяна за предоставленную мне возможность, участвовать в слете – СПАСИБО!

Названные выше цифры, обозначающие ВВП в этих экономических зонах, отчетливо показывают, что европейский рынок играет определяющую роль в мировой экономике. Какие возможности этот рынок может открыть для Вас, об этом я расскажу Вам в своем выступлении подробнее.

Многообразие европейского рынка, основанного прежде 28 странами-участниками ЕС, является одним из самых больших преимуществ, но в тоже время и непростой задачей. С одной стороны, это возможность для мелких предприятий построить успешный бизнес, а для крупных мультинациональных компаний развиваться дальше, но с другой стороны, в этом многообразии не всегда легко найти «нужный» целевой рынок в Европейском Союзе.

Одним из самых больших «субрынков» в ЕС является немецкоязычный рынок с оборотом в 4700 млрд. долларов США, что составляет треть всего европейского ВВП, и с большой вероятностью представляет для каждого определенный интерес. Об этом рынке я расскажу подробнее, ведь на этом рынке есть все предпосылки для планирования успешного бизнеса.

Из чего складывается рынок и какие аспекты делают рынок привлекательным?

К немецкоязычному рынку относятся наряду с такими классическими странами, как Австрия и Германия, также немецкоговорящие пограничные регионы такие, как Южный Тироль или Северная Италия, Лихтенштейн и Швейцария с действующими двусторонними соглашениями.



Хотя Швейцария не является членом Европейского Союза, несколько лет назад был подписан пакет двусторонних отношений между правительством Швейцарии и Европейской Комиссией, в результате которых Швейцария получила особый статус в вопросах партнерства. Таким образом, деловые отношения строятся в не зависимости от того, находится ли партнер в Швейцарии или в ЕС. Благодаря этому деловые партнеры получают еще и возможность доступа к другим рынкам. В Швейцарии, например, лидирующие места занимают финансовый рынок и третичный сектор экономики с фокусом на дистрибутивные услуги.

Экономические показатели этих стран выглядят следующим образом:

Примерно 5 миллионов потенциальных предприятий для отношений B2B (Business to Business, бизнес для бизнеса)

Примерно 98 миллионов потенциальных клиентов/жителей для отношений B2C (Business to Customer, бизнес для потребителя)

И все это с одним официальным и разговорным языком – немецким.

Такое преимущество Вы не найдете ни на одном субрынке. Такую возможность Вам не сможет предоставить даже Великобритания с английским языком. Поэтому я рекомендую Вам делать первые шаги для выхода на рынок в немецкоязычных странах.

После «брексита» надо принять во внимание то, что тенденция положительного развития рынка немецкоговорящих регионов будет продолжаться. А причина такого предположения кроется в том, что учреждения Евросоюза, прежде находившиеся в Лондоне, скоро покинут Великобританию и со временем переберутся снова в такие города, как Франкфурт на Майне и Вена. Так как такие учреждения, как Европейская система центральных банков, Европейские фармацевтические компании будут притягивать деятельность различных предприятий, то можно рассчитывать здесь на развитие их бизнеса.

Исторически сложилось так, что немецкоязычный рынок и австрийский рынок, в частности, открыто сотрудничают с предприятиями из России и Казахстана. Это, например, сотрудничество и выполнение совместных проектов крупных компаний. Здесь можно назвать взаимное сотрудничество компании «Газпром» с австрийской нефтегазовой компанией OMV, которая приобрела долю Южно-Русского месторождения, стоимость сделки которой составила 1,75 миллиардов евро, а также проект строительства широкой железнодорожной колеи до Вены, что позволит в дальнейшем сократить время доставки грузов из России в Европу с использованием морского и сухопутного маршрута без переагрузки. Наряду с такими освещаемыми в средствах массовой информации проектами есть также и так называемые скрытые чемпионы - это компании, которые занимаются успешным бизнесом и сотрудничеством, такие как, например, производитель хлебобулочных и кондитерских ингредиентов – компания «Бакальдрин» из Верхней Австрии, которая начала предпринимательскую деятельность в 2007 году с открытия «Дома Хлеба» и приобрела в промышленном округе «Новое Ступино» земельный участок, расположенный в 75 км южнее от Москвы и наняла 30 сотрудников; также можно назвать небольшую транспортную компанию, которая тесно работает с российскими перевозчиками и имеет работников из России; или российского фермера, который закупает австрийскую технику и использует ноу-хау Австрии.



Выше названные, совершенно непохожие друг на друга примеры, создают общее впечатление о рынке и показывают различные сферы деятельности деловых отношений.

Конечно, я не смогу освятить все возможные сферы деятельности за короткое время в полном объеме, я остановлюсь подробнее на нескольких выбранных мной сферах деятельности. Если Вас интересует какое-то направление деятельности, которое я не упомянул, то Вы можете обратиться ко мне после доклада и я обязательно найду для Вас время и отвечу на все вопросы.

Перед тем как я расскажу про отдельные направления деятельности, я хотел бы назвать причины, по которым многие хотят заниматься бизнесом в ЕС. Здесь существует большая разница, хотите ли Вы свой продукт просто продать, т.е найти канал сбыта или Вы ищете кого-то, кто даст Вам доступ к имеющимся знаниям и опыту, чтобы таким образом получить стратегическое ноу-хау. Сейчас я представлю Вам несколько сфер деятельности с точки зрения продукта или вида услуг, которые поставляются из России или Казахстана в Евросоюз. Позже я остановлюсь подробнее на возможности передачи ноу-хау в Россию и Казахстан.

Но сначала разрешите мне упомянуть вторичный сектор экономики. Промышленный сектор в Австрии и в регионе Дуная очень ярко представлен стальной и автомобильной промышленностью и машиностроением. В качестве примера я хочу привести автомобильную промышленность Австрии. В Австрии работают около 400 000 сотрудников в сфере автопромышленности, это значит, что 10% всего занятого населения Австрии работает непосредственно в автомобильной промышленности, и по оценкам экспертов еще примерно столько же работают в ней косвенно. Несмотря на то, что всю Австрию по территории можно сравнить с китайским городом Чокинг, здесь выпускаются, например, более 2,2 миллионов двигателей в год для специального производителя в Германии, а годовой оборот составляет 43 млрд. евро. Здесь надо отметить, что Австрия специализируется также на поставках комплектующих изделий, т.е. если Вы занимаетесь производством, например, систем подвески, элементами отделки салона, электроникой, запчастями для двигателей или редукторов, тогда Австрия - это подходящая страна для Вашего сбыта. Здесь Вы найдете наряду с такими крупными мировыми компаниями, как «Voestalpine», «BMW», «Opel», «Magna», «Kapsch» и «Infineon», также множество мелких предприятий, которые позволят Вам выйти на австрийский рынок.

В общем, здесь можно найти потенциальных деловых партнеров в сфере моторостроения, включая возобновляемые источники горючего и «Clean Mobility» (экологически чистую мобильность), которая состоит из гибридной водородной системы для автомобиля и э-мобильности. На предприятии в г. Штайер (Верхняя Австрия) компания «MAN» развивает новейшие технологии, например, электрогрузовики и занимается их производством. Но и так называемые классические сферы деятельности такие, как производство транспортных средств легкого типа из специально закаленной стали или высокопрочные полимерные материалы, производство комплектующих изделий в целом, а также механический и электронный монтаж очень активно проявляют себя на рынке.



Как можно начать свой бизнес в этом направлении, как использовать Австрию в качестве площадки для бизнеса и получить доступ к рынку немецкоязычных стран во всем Евросоюзе и, таким образом, доступ к 6000 млрд. долларов США к 2030 году по оценке компании McKinsey.

Следующий сектор экономики, который мы рассмотрим, это – сектор сферы бытового обслуживания. Так как третичный сектор – это область, в которой общие экономические показатели Евросоюза самые высокие, то она особенно интересна для предприятий, занимающихся бизнесом для потребителя, используя дистрибутивную модель деловых отношений. В Австрии и Германии покупательная способность граждан составляет около 22 000 евро на человека в год, а в Швейцарии это сумма составляет даже 42 300 евро. И не стоит забывать, что немецкоязычный рынок предлагает Вам 98 миллионов потенциальных конечных потребителей.

Даже если взять всю европейскую экономическую зону, в которой находятся 670 миллионов потенциальных конечных потребителей, куда входят все страны, даже экономически слабые, то и в этом случае покупательная способность составляет примерно 13 700 евро на каждого европейца в год.

Поэтому Австрия хорошо подходит для основания бизнеса и выхода на весь европейский рынок (и не только благодаря своему географическому положению).

Почему стоит начать бизнес и выйти на европейский рынок и что для этого нужно, я расскажу после того, как мы рассмотрим следующий сектор. Перед тем как перейти, так сказать, к практическому руководству, я хотел бы упомянуть один из рынков будущего: это – четвертичный сектор или так называемый информационный сектор.

Этот сектор обладает в настоящее время рядом возможностей, которых нет ни на одном другом рынке. В этом секторе существует нехватка специалистов всех бизнес-моделей, но в большинстве случаев Вам не придется прилагать большие усилия, чтобы завязать в этой сфере деловые отношения и найти партнеров. Здесь я Вам могу предоставить в качестве примера цифры из Австрии со всего европейского немецкоязычного рынка. В сфере ИКТ (информационно-коммуникационные технологии) заняты примерно 226 000 работников, где общие экономические показатели составляют 31 млрд. долларов США. Несмотря на высокую занятость, у австрийских компаний ощущается нехватка специалистов в этой сфере (около 7 000 – 9 000 работников), а если рассматривать все немецкоязычные страны, то этот дефицит наблюдается на 20 000 незанятых рабочих мест. Этот дефицит дает Вам две возможности: или Ваша компания предоставляет необходимые услуги в качестве сервиса, или Вы отправляете своих сотрудников на работу в Австрию.

После появления антивируса Касперского с безопасным интернет-серфингом, Acronis с решениями для защиты данных, программы для распознавания текста Abbyy и второго поколения смартфона с двумя активными экранами Dual Display Smartphone Yotaphone, любой интересующийся этими вещами человек проявляет должное понимание и интерес к российским информационным технологиям. И это положительно отражается на сумме экспорта российских информационных технологий, которая в последние годы почти утроилась и на данный момент составляет 7,2 млрд. евро. Здесь я поддерживаю мнение многих аналитиков, что эта положительная тенденция продлится еще некоторое время.

После общего введения и короткого представления вторичного, третичного и четвертичного секторов Вы имеете представление о возможностях занятием бизнеса в Европе и конкретно в Австрии.

Перед тем как перейти к практической части, хотел бы еще поднять вопрос по передачи ноу-хау. Так как это понятие очень сложное и обширное, то здесь следует отдельно дать определение этому термину.

Определяющим фактором является то, какое ноу-хау и за какой период времени Вы хотите предложить, ведь от этого зависит, какие инструменты и средства Вам для этого понадобятся.

Если это семантические знания, то в немецкоязычном пространстве, а конкретно в Австрии и Баварии, можно найти благоприятную почву, так как предприятия и компании на этом рынке труда готовы к сотрудничеству и готовы поделиться так называемыми «общими» накопленными знаниями и распахнуть Вам свои двери для возможности ознакомления. Такая передача знаний является оптимальной с целью возможности ознакомления.

Если Вы хотите нечто больше, чем поверхностное ознакомление, то в международном межмуниципальном отрудничестве Вы получите возможность передачи и получения знаний и опыта, ведь здесь доверие и активное участие выражены наиболее интенсивно.

Для процедурного знания, т.е. знания процессов и структур, понадобится посредник, который сможет организовать личные встречи для заинтересованных лиц.

То же самое касается специальных и экспертных знаний, их можно получить в большинстве случаев только с помощью посредника.

В зависимости от сферы деятельности можно, конечно, получить доступ к определенным знаниям посредством членства в различных организациях.

Наряду с выше перечисленными возможностями существуют также и классические способы для получения опыта и знаний, к таковым относятся семинары, мастер-классы, университеты и исследовательские проекты.

Если рассматривать понятие передачи и получения ноу-хау под углом зрения экономики, тогда вышеперечисленные возможности в большинстве случаев нас не смогут удовлетворить. Потому что ни всякое экспертное знание, ни каждая формула, ни каждая процедура открыты для всеобщего доступа и для возможной передачи их за пределы страны. Таким образом, здесь приходится довольствоваться только деловыми связями.

А теперь можно сразу перейти к практической части, потому что для передачи экспертных знаний нам нужен успешный бизнес, представительство в Европе, т.е. в Австрии.

Во второй части своего доклада я перечислю пути и возможности сотрудничества различных сфер деятельности.



По сути дела, немецкоязычный деловой клиент – это клиент, кому необходимо контактное лицо поблизости, потому что этот клиент предпочитает сделку с лицом, которого он знает или которое находится недалеко, а не с тем, которого он не знает или которое еще и находится далеко. Поэтому хорошо иметь в выбранной для бизнеса стране свой офис или своего представителя. Только в отдельных случаях, в основном, где речь идет о мелких предприятиях, например, оказание посреднических услуг по созданию прикладных приложений, можно обойтись без представительства. Хотя вид представительства всегда зависит от сферы Вашей деятельности и от соответствующей бизнес-модели.

Далее я хочу остановиться на основных видах представительства.

Самый простой способ – это найти переводчика, который будет заниматься Вашими делами за границей и будет выполнять роль связующего звена между Вами и Вашими клиентами. У переводчика нет полномочий на принятие решений, его задача состоит в том, чтобы наладить коммуникацию и оказать поддержку при наличии языковых трудностей. В некоторых случаях переводческие офисы оказывают также дополнительные услуги телефонной связи и перевода. Присутствие на рынке здесь минимальное, и только в исключительных случаях подходит для мелкого бизнеса. Преимущество такого вида представительства в том, что расходы появляются только в случае активной деятельности, например, при наличии телефонных звонков и переводов.

Тем не менее, при заключении коммерческих сделок необходим не только перевод, но и такие сведения, как знания местных законов, правил и норм, то в этом случае рекомендуется использовать услуги бизнес-консультанта в качестве представителя компании. Такой специалист предоставляет, как правило, информацию об экономических и финансовых возможностях клиентов, у него есть в штате сотрудники, говорящие на русском и немецком языках. Таким образом, у Вас появится человек, который представляет Ваши интересы за границей. Такой вид представительства на рынке успешно практикуется и очень распространен. Права и обязанности консультанта обговариваются заранее, а на практике меняются в процессе удовлетворения растущих потребностей. Услуги бизнес-консультанта оплачиваются, как правило, фиксированной суммой в месяц, эта сумма зависит, конечно, от выполняемого консультантом объема услуг, эта сумма находится в пределах мин. 3000 – 9000 евро в месяц. Максимальную сумму назвать здесь сложно, особенно в таких случаях, когда консультант занимается процессами слияния и поглощения компаний (M&A - Mergers & Acquisitions). Тему M&A мы рассмотрим немного позже.

В вышеописанном случае фирма в юридическом смысле еще не зарегистрирована в Евросоюзе, это значит, что Вам необходимо будет выставлять счет-фактуру в России или Казахстане, и, таким образом, для Вас будут действовать на 100% международные экономические правила. Но иногда бывают случаи, когда имеет смысл или является даже обязательным условием регистрация фирмы. Например, при использовании бизнес-моделей, когда Вам необходимо отправлять работников на монтаж в Австрию или при возникновении вопросов ответственности, наиболее разумным является вариант с открытием представительства в Австрии. Для этого согласно австрийскому законодательству существуют несколько разных вариантов. У представлю сейчас только самые распространенные формы общества – это GmbH (общество с ограниченной ответственностью) и AG (акционерное



общество). Другие правовые формы, такие как OG (открытое общество с неограниченной ответственностью), KG (коммандитное товарищество), простое товарищество и кооперации я не буду упоминать в докладе, так как для выхода на рынок они не имеют никакой практической ценности в отличие от «ООО» (GmbH), которая является самой распространенной организационно-правовой формой. К преимуществам такой формы организации бизнеса относится ограничение ответственности размером уставного капитала и в сравнении с акционерным обществом здесь существует намного меньше формальностей. Для регистрации «ООО» Вам понадобится только одно физическое или юридическое лицо, а для формы «АО» необходимы по меньшей мере 4 лица и множество формальных актов, которые подписываются в присутствии нотариуса. Размер уставного капитала при регистрации «ООО» в Австрии составляет 35 000 евро, но существует также и особое правило, согласно которому возможно снижение уставного капитала до 10 000 евро, где 5000 евро необходимо внести на момент создания компании, а остальные 5000 евро в течение последующих 10 лет. Но так как снижение уставного капитала будет внесено в Торговый реестр юридических лиц, я бы посоветовал Вам отказаться от этой привилегии, более того, рекомендую Вам, даже увеличить размер уставного капитала до 35 000 евро, хотя бы до тех пор, пока не будет налажен хороший бизнес. Для регистрации акционерного общества AG размер уставного капитала составляет 70 000 евро. И в обоих случаях требуется один руководитель предприятия, которым может быть кто-то из Вашей компании и без проживания в Австрии. По правовым нормам необходимо одно физическое или юридическое лицо, которое должно быть оформлено у Вас на работу и иметь место жительства, недалеко от зарегистрированного офиса. Это значит, что для открытия в Австрии собственной фирмы Вам понадобится наличие двух лиц: не только собственного управляющего (коммерческого директора), но и так называемого управляющего по лицензии (генерального директора). Дальнейшие затраты при стандартной регистрации собственного бизнеса уходят на нотариуса и составляют примерно 1500 – 2000 евро. Текущие расходы определить трудно, так как они зависят от Вашей модели бизнеса, поэтому я могу назвать здесь только нижний предел от общего объема расходов. В случае, если представительство в Австрии выступает в роли только связующего звена двух рынков, то административными делами занимается, как правило, доверенный консультант. Он является также генеральным директором или управляющим по лицензии и занимается выполнением необходимых формальностей. С такой расстановкой дел у Вас будет зарегистрированная по всем законам фирма, в которой можно строить бизнес, а также все преимущества для его дальнейшего развития. Все услуги, предоставляемые представителем (консультантом) компании, включая ведение административных дел компании и ведение офиса, можно оценить примерно в 5000 - 8000 евро в месяц.

Подводя итоги, можно сказать, что открыть и оформить свой бизнес, исходя от существующей бизнес-модели, довольно просто и недорого, все обойдется в несколько тысяч евро, что касается административных формальностей, то и это с помощью консультанта не составит никаких проблем.

Самой главной задачей является поиск и создание деловых связей.

Или если сказать конкретно, то необходимо получить допуск к потенциальным клиентам, деловым партнерам, поставщикам и иметь соответствующие знания для передачи и получения ноу-хау.

Для этого существуют всем известные официальные пути – через ведомство по регулированию внешней торговли, через представительства интересов или различные союзы и объединения. Эти пути хорошо подходят для того, чтобы получить первое представление о стране, они даже помогут наладить первые контакты и связи. Но проблема работы по таким моделям состоит в том, что всем без исключения предлагаются одни и те же контакты и связи и, таким образом, предоставленные сведения и контакты являются достаточно поверхностными. Пожалуйста поймите меня правильно, я уверен, что эти учреждения играют важную роль и приносят пользу. Я и сам частично работаю с ними, но для завязывания деловых отношений необходимо нечто больше, во всяком случае, немного другой подход и заинтересованность.

Поэтому я всегда рекомендую начинать первые шаги с проведения диагностики.

Эту услугу предлагают некоторые бизнес-консультанты, специализирующиеся на поддержке компаний по выходу на рынки, преимуществом этой диагностики является то, что можно заранее оценить и рассчитать свои шансы и риски.

На этой стадии проходят совместные обсуждения с клиентом для выявления потребностей и факторов, которые должен иметь бизнес-клиент в целом, и что можете предложить Вы, чтобы быть интересными для этого клиента. Это может быть, например, минимальный объем оборота, производство специальной техники, определенная сеть сбыта, количество конкурентов, а также структуры затрат и цен и многое др. На основе такой диагностики консультант может выявить возможных клиентов и деловых партнеров. При этом, это не только статистическое выявление, но и сбор и накопление эмпирических данных, которые могут использоваться в дальнейшей работе при разработке стратегии. Далее проводится первая оценка доходности и рентабельности бизнеса. И в зависимости от полученного результата составляется тактика и стратегия ведения бизнеса Вашей компании. В случае положительной комплексной оценки бизнес-консультант, занимающийся выводом компаний на новые рынки, переходит к своей основной деятельности. Он выявляет потенциальных клиентов, проводит с ними встречи и готовит их для выхода на новые рынки. Это значит, что бизнес-консультант подготавливает Вам почву для успешного выхода на новые рынки. Благодаря работе бизнес-консультанта Вы получите доступ к возможным и важным для Вашей компании сотрудникам, а также потенциальные клиенты будут положительно настроены на работу с Вами уже до первого личного знакомства. В зависимости от сферы деятельности и вида бизнес-модели это могут быть руководитель предприятия (CEO -Chief Executive Officer) или директор по цифровым технологиям (CDO- Chef Digital Officer), а также начальник отдела развития бизнеса (DO-Development Officer). Дополнительно Вы сможете получить необходимую информацию о клиентах, конкурентах и о функционировании текущих бизнес-процессов. С помощью этих услуг у Вас появляются конкретные сведения о торговом обороте бизнеса, таким образом, бизнес-консультант разрабатывает вместе с Вами стратегию по достижению целей предприятия, которую также можно будет использовать при ведении бизнеса за границей. Расходы на такого специалиста, конечно, зависят от сферы рабочей деятельности и от сложности поставленных задач, поэтому я Вам могу назвать только нижний предел, который составляет около 12 000 евро. В зависимости от отрасли и требований затраты могут быть ниже или выше



По аналогии с этим можно привести пример с предоставлением необходимых специальных знаний, которые не так просто получить, за которые следует платить. Здесь Ваш бизнес-консультант займется поиском фирм, имеющих эти необходимые знания. Тем не менее, задача бизнес-консультанта не состоит в поиске и налаживании деловых контактов, а в том, чтобы предложить пути передачи этих знаний в виде конкретных решений для Вашего бизнеса. Для этого он откроет посредством неофициальных связей перед Вами, с одной стороны, возможности и перспективы сотрудничества, капиталовложения и покупки или слияния фирмы, а с другой стороны, предоставит Вам различные сценарии, включая сопутствующие затраты и оценку шансов на успех. Если Вас заинтересует один из сценариев, то бизнес-консультант будет сопровождать Вас в его реализации. Размер гонорара за оказание услуг такого рода, как и тенденция слияния и поглощения Merger & Acquisitions, относится, как правило, к комбинированной оплате и определяется из фиксированной цены и процента от стоимости результата, который, в свою очередь, зависит от покупной суммы, поэтому назвать здесь конкретные цифры, к сожалению, невозможно.

В заключении я хочу подытожить вышесказанное. Итак, немецкоязычный рынок с населением около 98 млн. человек представляет около 5 млн. предприятий и имеет объем торгового оборота в 4700 млрд. долларов США. Метод диагностики бизнеса дает возможность минимизации финансовых рисков, а работа с бизнес-консультантом делает расходы прозрачными и предсказуемыми, и у вас появляется возможность для ведения успешного бизнеса на европейском рынке, где сумма общего торгового оборота составляет около 14 800 млрд. долларов США.

Мне остается только пожелать Вам успехов и всего хорошего во всех Ваших начинаниях, благодарю Вас за внимание.