

ПРАГМАТИЧНЫЙ НЕМЕЦКИЙ ПОДХОД

Насколько высок в ФРГ интерес к Беларуси как торгово-экономическому партнеру, реально ли белорусским производителям закрепиться на немецком рынке, какова роль дипломатии в налаживании экономического сотрудничества между странами? На эти вопросы отвечает Чрезвычайный и Полномочный Посол Федеративной Республики Германия в Республике Беларусь господин Петер ДЕТТМАР.

— Господин Посол, насколько интересна Беларусь Германии как торгово-экономический партнер, в том числе с учетом членства нашей страны в ЕАЭС?

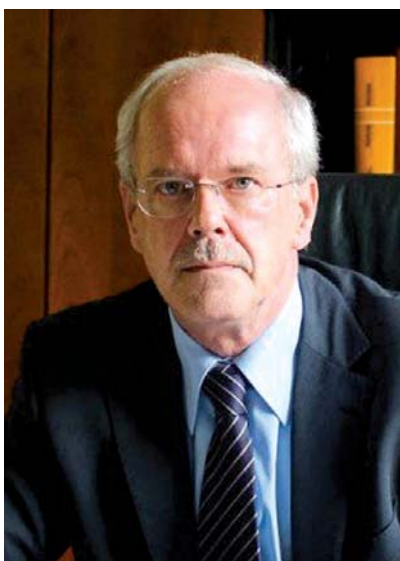
— Германия в последние годы входит в число четырех-пяти важнейших торговых партнеров Беларуси.

В прошлом году заметно активизировались контакты между деловыми кругами двух стран. Состоялось несколько важных визитов в Беларусь представителей германских организаций, в частности Союза германских промышленно-торговых палат и Восточного комитета германской экономики.

Важным этапом в развитии наших отношений стало возобновление работы после пятилетнего перерыва Белорусско-Германского неправительственного совета делового сотрудничества. Могу предположить, что в первой половине этого года состоится первое заседание совета в новом составе.

Все это говорит о том, что интерес Германии к Беларуси растет. Однако членство Беларуси в ЕАЭС не настолько сильно влияет на активизацию двусторонних отношений. Ведь у ФРГ налажено торгово-экономическое сотрудничество со всеми государствами — участниками ЕАЭС.

— Немецкий рынок требователен и насыщен товарами со всего мира. На Ваш взгляд, реально ли



белорусским производителям закрепиться на нем? Что для этого необходимо сделать?

— Уже есть примеры того, как белорусские предприятия с узкой специализацией завоевывают немецкий рынок. Например, предприятие, которое функционирует на территории СЭЗ «Витебск», не первый год поставляет кабели для концерна «Фольксваген». Успешны на немецком рынке и такие компании, как «АЛЮТЕХ», «Полимастер». Недавно я узнал о том, что ОАО «Полоцк-Стекловолокно» поставляет стекло для авиастроительной индустрии в Германию.

Тем предприятиям, которые только планируют осваивать немецкий

рынок, могу посоветовать для начала тщательно изучить его особенности и определить, с какими производителями придется конкурировать. Поставщик должен хорошо понимать, какой товар хочет видеть на прилавке магазина немецкий потребитель — как по вкусовым качествам, так и по внешнему виду. Например, одна немецкая компания — производитель йогурта, которая ставила своей целью выйти на один из рынков Восточной Европы, целый год посвятила изучению вкусовых предпочтений населения той страны. Ведь вкусы людей в разных странах отличаются, как и требования к дизайну упаковки товара. То, что привлекает взгляд белоруса, может быть не таким привлекательным для немцев.

Кроме того, что сам по себе продукт должен быть качественным, весьма важно продумать маркетинговую стратегию его продвижения. Наивно предполагать, что товар достаточно просто погрузить в транспорт и доставить в Германию, а там он уже с легкостью продается. Я уверен, что белорусские производители и сами прекрасно понимают, что такая схема нежизнеспособна.

Безусловно, значительно облегчает выход на рынок Германии наличие партнеров в нашей стране. Поэтому желательно их найти. Также считаю важным участие белорусских бизнесменов в многочисленных выставках и ярмарках, проводимых в Германии. Они позволяют установить личные контакты и вызвать интерес к себе и своей продукции у немецких предпринимателей. Кроме того, производителям необходимо знать условия допуска товара на рынок Германии.

Предлагаю белорусским предприятиям более активно взаимодействовать с Представительством

Думаю, необходимо активнее продвигать Беларусь и регион на рынке, чтобы как можно больше немецких бизнесменов узнали о возможностях вашей страны, о том, что здесь можно успешно работать. Тогда и инвестиционный поток со стороны ФРГ вырастет.

немецкой экономики в Минске, что позволит лучше познакомиться с рамочными условиями работы в Германии.

— В одном из своих выступлений Вы обратили внимание на то, что в мире конкуренция на рынке инвестиционных предложений существенно усилилась и сейчас идет настоящая битва за инвесторов. Как Беларуси выиграть в борьбе за немецких инвесторов?

— Инвестировать или не инвестировать в Беларусь — каждая немецкая компания решает для себя сама. Она учитывает условия работы для инвесторов в той или иной сфере. Если инвестор пожелает вкладывать деньги в сельское хозяйство, он будет работать на условиях, отличных от тех, в которых работает инвестор, направивший средства на разработку экологических технологий. При этом существуют и общие условия административного характера для всех инвесторов. Они не менее важны. Например, одно из таких условий — частота контроля со стороны государства. В последнее время этот вопрос рассматривается органами государственной власти и экономическими экспертами. Вполне возможно, условия в части контроля бизнеса в скором времени станут более либеральными, что, несомненно, улучшит инвестиционный климат в Беларуси.

Важными моментами, которые учитывает любой потенциальный немецкий инвестор, являются также доступ к местному финансовому рынку, уровень развития инфраструктуры в стране, квалификация персонала.



Продукция компании «АЛЮТЕХ» пользуется спросом в Германии

Кроме того, бизнесмены Германии, рассматривающие Беларусь в качестве объекта для инвестиций, также следят, в каком направлении будет развиваться белорусская экономика в ближайшее время, какие структурные преобразования будут здесь проводиться. Наши предприниматели прагматичны, взвешивают все шансы и риски, которые в этой связи появляются. То есть инвестор хочет иметь гарантию, что инвестиции принесут ему прибыль.

Сегодня германские предприятия играют важную роль на рынке прямых инвестиций в Беларуси, где, насколько мне известно, зарегистрировано более 360 предприятий с участием немецкого капитала. Кроме того, здесь действуют 90 пред-

ставительств германских фирм. Наиболее широко немецкий капитал представлен в промышленной сфере, транспорте, сельском хозяйстве, торговле и пищевой промышленности. Думаю, необходимо активнее продвигать Беларусь и регион на рынке, чтобы как можно больше немецких бизнесменов узнали о возможностях вашей страны, о том, что здесь можно успешно работать. Тогда и инвестиционный поток со стороны ФРГ вырастет. При этом необходимо, чтобы немецкие бизнесмены хорошо понимали условия работы и стратегические перспективы развития региона и страны в целом.

— Какую роль дипломаты могут сыграть в налаживании экономического сотрудничества между странами?

— Задача дипломатов — свести обе стороны, помочь в поиске того или иного партнера. Другими словами, мы помогаем наладить контакты, вызвать у предпринимателей интерес к определенной стране, а конечное решение бизнесмены всегда принимают самостоятельно.

Повторюсь, белорусам следует быть более инициативными, заполнять пробелы в знаниях о вашей стране, широко информировать об экономическом потенциале Беларуси, о возможных сферах для вложения инвестиций и налаживания сотрудничества.

Беседовала Ирина КОНЦАВЕНКО.



ОАО «Полоцк-Стекловолокно» поставляет стекло для авиастроительной индустрии в Германию.