

Лучшее время для выхода на рынок Индии - сейчас

За последние полвека объем общемирового товарного экспорта вырос на 9 987 %. Существенный вклад в этот сумасшедший рост внесла индийская экономика. Сегодня я буду беседовать с **Гауравом Гуптой** – руководителем G-Square Trading, одной из ведущих торговых и консалтинговых компаний Индии. Господин Гупта расскажет о тех явных возможностях и скрытых угрозах, которые открывает индийский рынок.



Последние годы мы наблюдаем поступательное развитие Российско-Индийских отношений. Под руководством бывшего президента Владимира Путина было совершено 2 государственных визита Российской делегации в Индию, подписаны несколько важных соглашений, в том числе декларация о стратегическом партнёрстве, которая открывает широкие возможности для сотрудничества. Как Вы видите развитие двухсторонних отношений в области бизнеса?

В прошлом году объём двухсторонней торговли составил 5 миллиардов долларов США. Учитывая размеры экономик двух стран, это очень мало.

Однако я остаюсь оптимистом. Существуют огромные возможности по исправлению ситуации, в первую очередь, после прихода в реальный бизнес двух стран более молодого поколения бизнесменов, бизнесменов готовых работать на международном рынке.

Традиционно мы наблюдаем плотное взаимодействие в сфере металлургии и в нефтегазовой отрасли, а какие возможности сегодня представляет рынок Индии для Российского машиностроения?

Сегодня внутренний спрос в Индии неуклонно увеличивается: объём потребления молодого населения среднего класса уже сопоставим с показателями США. А это значит, что возрастает потребность в различных товарах и услугах. Но возможности открываются не только для зарубежных производителей потребительских продуктов, но и для производителей продуктов производственного назначения. Индия не только открывает границы для зарубежных компаний, но и местные фирмы сейчас ведут активную инвестпрограмму: обновление парка оборудования, строительство новых заводов. Однозначно, сейчас лучшее время для иностранных промышленных компаний для выхода на рынок Индии.

Каковы основные мотивирующие факторы для российских компаний, желающих выйти на рынок Индии?

Экономики Индии и России являются взаимодополняющими, а не конкурирующими: Россия может предоставлять свои ресурсы и продукты достаточно широкому спектру местных потребителей, ведь многие российские продукты уже имеют хорошую репутацию в нашей стране, что существенно облегчает локальный брендинг. Если мы сложим все факторы: огромное население, растущие доходы, долгосрочная история позитивных отношений между странами, именно ту рыночную смесь, которая мотивирует Российские компании к выходу на индийский рынок.

А какие существуют скрытые трудности ведения бизнеса с Индией?

Государственное регулирование является наиболее сложным фактором ведения бизнеса в Индии, но, с приходом в правительство людей нового поколения и развитием системы государственно-частного партнёрства, ситуация быстро улучшается. Также появился ряд солидных компании, помогающих иностранным предприятиям в работе на местном рынке. Если раньше существовал риск быть обманутым индийским партнёром, то теперь появилась возможность провести детальную проверку потенциального контрагента и быть уверенным в его надёжности. Этим, в частности, занимается компания [G-Square](#).

А будет ли существенной проблема межкультурных различий? Что следует учитывать при общении с индусами?

Очевидно, что каждая страна имеет свои культурные особенности. Особенно Индия, где, ввиду богатой истории и распространения множества религий, существуют огромные межкультурные различия даже внутри самой страны. Поэтому взаимодействие может иметь свои сложности. Главное, что стоит запомнить при общении с индусами, это то, что большинство жителей Индии являются очень религиозными людьми. Также существенной отличительной особенностью является то, что 90 % населения страны – вегетарианцы, а среди тех, кто не является вегетарианцем, 90 % не употребляет в пищу говядину.

Таким образом, зарубежным производителям мяса будет крайне тяжело на индийском рынке. Хотя, насколько я знаю, Вы являетесь одним тех уникальных жителей Индии, кто ест говядину. Но я хотел бы всё-таки сменить тему с вопросов выхода на индийский рынок сбыта на возможности осуществления закупок в Индии. Индийские товары известны, в первую очередь, дешевизной. А какие ещё выгоды могут найти российские компании?

Безусловно, стоимость является основным преимуществом, однако, помимо этого, растёт и качество продуктов. Производители получают сертификаты от ведущих мировых

агентств, развита система гарантий, а также был разработан свод законов, направленных на защиту интересов зарубежных закупщиков.

В результате, российские покупатели выиграют и по цене, и по качеству, и по уровню защиты своих интересов.

Отлично. Если кто-то из представителей российских компаний примет решения воспользоваться этими преимуществами, то какова будет оптимальная схема поиска и оценки индийского поставщика?

Существенно упростить процесс может работа с местным представителем. Он подберёт от 3 до 5 наиболее подходящих поставщиков, которые наилучшим образом подходят критериям поиска, произведёт их профессиональную оценку, обеспечит визит на предприятия представителей российской компании и, самое главное, будет осуществлять контроль качества поставляемой продукции и своевременности поставок.

Спасибо

Вячеслав Макович, управляющий партнёр [VM Consult](#)