

## Почему российский рынок так интересен иностранным компаниям?

Пандемия COVID-19 и связанные с ней ограничения нанесли серьёзный урон как мировому, так и российскому экономическому сектору. По данным [Доклада об экономике России](#), за 2020 год объём иностранных инвестиций в стране снизился на 4,1 %. В частности, с рынка ушли такие крупные ретейлеры, как сеть гипермаркетов Castorama, холдинг Inditex (сеть магазинов Lefties) и французский бренд аксессуаров Longchamp.



Несмотря на локдаун, падение курса рубля и макроэкономическую нестабильность, массового ухода инвесторов не наблюдается. По данным исследования КСИИ [«Международный бизнес в России»](#), 92 % иностранных компаний считают РФ стратегическим рынком (независимо от краткосрочных изменений в экономике). В ближайшие пять лет они рассчитывают инвестировать в нашу страну около 5 млрд долларов США.

Среди инвесторов, готовых адаптироваться к современным условиям и работать с учётом специфики российской экономики и законодательства, есть не только совместные предприятия, имеющие свои производственные площадки в России. Заинтересованы в местном рынке и фирмы с 100%-ным иностранным капиталом, такие как автобренд Jaguar Cars или компания FRISQUET, ведущий французский производитель отопительного газового оборудования.

*«В России сегодня легче реализовывать продукцию, страна не закрыта полностью (в отличие от Европы). Здесь более интересные условия для развития бизнеса: небольшие налоги и менее дорогая рабочая сила. Кроме того, в России любят хорошую технику, которую могут поставлять европейские производители.»*

*Основной проблемой стало закрытие границ во время локдауна. Наше оборудование и запасные части поступают из Франции, и в первый месяц мы не могли привезти товар в Россию. Но мы приняли это во внимание, и теперь перестраховываемся: закладываем на доставку в полтора раза больше времени и обеспечиваем на складах компании и наших партнёров двойной запас всех комплектующих, в том числе редко используемых», — рассказывает Армен Калинин, директор по экспорту FRISQUET.*

*«Мы видим высокий инвестиционный и рыночный потенциал в регионе. Несмотря на борьбу с COVID-19 и сложную обстановку в глобальной экономике, “Сен-Гобен” продолжает инвестировать в бизнес в России, на Украине и в странах СНГ. Мы настроены на долгосрочное и успешное развитие нашего сотрудничества и регионов, где мы работаем», —* отмечает Антуан Пейрюд, генеральный директор компании «Сен-Гобен» в России, на Украине и в странах СНГ.

Наиболее сильно по деятельности иностранных компаний ударили эпидемиологические ограничения, введенные в большинстве стран. Меры, направленные против распространения COVID-19, привели к частичной или полной остановке многих производств и прервали продажи услуг и товаров. Россия — один из крупнейших рынков Европы, который пережил локдаун с относительно небольшими потерями и начал расти.

*«В связи с тем, что люди перешли работать на удалёнку, многие задумались об обустройстве своего жилья. Таким образом, возрос интерес к качественной инженерной технике, —* говорит Вероника Кулешова, генеральный директор российского филиала FRISQUET. *— Люди понимают: чтобы жить комфортно, вся инженерная начинка должна быть качественной, не давать сбой, тем самым меньше напоминать о себе».*

Ещё одним препятствием для инвестиционной деятельности в РФ иностранцы называют частые изменения законодательства. Однако российское правительство постепенно работает над устранением административных барьеров, проводит реформу контрольно-надзорной деятельности и создаёт Агентство инвестиционного развития, которое будет поддерживать реализацию новых инвестиционных проектов.

*«С 2020 года Россия становится производственным и коммерческим хабом для стран СНГ... Мы как никогда привержены развитию отношений с российскими производителями автокомпонентов и будем способствовать продвижению их продукции на мировые рынки», —* подчёркивает Сергей Яворский, генеральный директор Volvo Group Россия и СНГ».

**Заинтересованность государства делает работу с иностранными инвесторами более чем перспективной. Компании также готовы к активному сотрудничеству ради удержания и расширения своей доли российского рынка. Согласно исследованию [«Международный бизнес в России»](#), 56 % иностранных брендов-участников планируют вывести новые продукты и услуги, 53 % — увеличить своё присутствие в ближайшем будущем, 42 % — расширить производства.**