

Петр Дрожнякевич

Кластер, способ мультипликации проэкспортных услуг на международном рынке

Я представляю польскую консалтинговую фирму: "Pevich Consulting Limited" Фирма в Польше занимается экономико-юридическим сопровождением и обслуживанием фирм, Фирма - хозяйственный субъект, юридическое лицо с участием белорусского капитала. Значит, наша натуральная миссия в области международных отношений – это сделать все возможное для того, чтобы ознакомится друг с другом, сделать все для взаимопонимания и сотрудничества белорусского и польского народов.

Эту миссию мы намерены выполнять в общественно – культурной и экономической области, на тех уровнях где активный сознательный гражданин в каждой из стран сможет оказать положительное воздействие на качество добрососедского сотрудничества.

Наша миссия будет выполняться путем инспирации к налаживанию контактов между самоуправленческими структурами Польши и Белоруссии путем приведения к формальному сотрудничеству где главной целью является знакомство людей, где благодаря обмену молодежи во время каникул, презентации местных театров, фолклорных ансамблей, выставкам народных мастеров и художников из каждой из стран. Это не оригинальная и только наша идея так как многие самоуправленческие структуры по той и другой стороне границы успешно работают, где жители довольны сотрудничеством, люди принимают друг друга, принимают в гостях, обмениваются опытом и получают удовольствие от эстетических впечатлений из за общения с культурой каждой из стран.

Неоригинальным является также и то, что вдохновляем на налаживание и реализацию коммерческих контактов между предпринимателями Польши и Белоруссии. Однако в области как общественно – культурного сотрудничества так и экономического сотрудничества, есть еще определенные недостатки относительно масштабов и способов презентации, а также реализации такого сотрудничества, так как потенциал и стремления наших стран заслуживают того, чтобы делать на много больше, лучше и качественнее.

Мне лично Беларусь понравилась, главным образом из за моего партнера, которая каждый раз открывает для меня красоту и возможности Вашей страны. Этот факт в связи с опытом, профессиональными знаниями приводят к тому, что я, как поляк, намерен использовать и задействовать свой потенциал на добро наших народов. И хотя это можно посчитать крылатой фразой- будни, цели и намерения нашей фирмы по другому определит не возможно, а особенно в связи с тем, что реализация проекта продлится несколько лет.

Добрососедское сотрудничество в общественно – политической области и экспорт в экономической области – это магические, ключевые слова к исполнению которых целеустремленно стремятся наши правители и подвластные, независимо от национальной принадлежности и партийной

принадлежности. Если общественно – культурное сотрудничество это исключительная воля активных людей в самоуправляемых структурах и организациях с каждой стороны границы то международный товарообмен товаров и услуг подвергается многим политико-экономическим, правовым воздействиям и правилам, не всегда понятным для простых людей а тем более от них иногда или чаще всего - независимым.

Наша конференция ставит своей целью - получить ответ на вопрос – каким образом в этой гуще имеющихся обусловленностей найти хорошее решение для того, чтобы найти соответствующего иностранного партнера, для реализации начатого сотрудничества итогом которого должно быть увеличение товарооборота как в экспорте так и в импорте, а также каким образом привлечь инвесторов для размещения своих капиталов в другой стране с пользой для местного рынка труда и увеличения продажи изделий, основанных на новейшей технологии, так чтобы преуспевать за инновациями, модой и новым дизайном в мире.

Все власти в странах, особенно тех где ставят экономику, к которым мы также причисляем и Польшу, уделяют больше внимания привлечению крупных инвесторов, которые одним движением руки смогут генерировать также кооперативное развитие на месте значительно увеличивая количество рабочих мест. Это для них в основном объявляются фискальные льготы в виде специального налогообложения в специально выделенных местах именуемых свободными экономическими зонами.

Привлечение этих больших инвесторов однако дело трудное и требует задействования, кроме специальных привилегий, наличия соответствующей инфраструктуры, а прежде всего политико – экономической атмосферы способствующей развитию предпринимательства на свободном рынке. Такая политика нашего государства привела к привлечению в Польшу непосредственных иностранных инвестиций в 2007 году на сумму порядка 13 миллионов Euro. В свою очередь, польские предприниматели инвестировали в Беларусь в 2007 году почти 18 миллионов американских долларов Однако, как бы Вам не показалось, это не большие предприятия а сектор малых и средних фирм, занимающих главную позицию в развитии экономики многих стран. Посмотрите на цифры: микро, малые и средние предприятия составляют 99% фирм в Евросоюзе. Они генерируют порядка 55% всего товарооборота, в них занято от 40 до 60% всех работников, при чем в Польше это цифра составляет почти 7 миллионов работников – значит 67% общего количества занятых .

Имеются также доказательства того, что не приводя в будущем цифр , у этих малых предприятий финансовые показатели лучше, чем на больших предприятиях. В среднем малые производители получают выше прибыль в пересчете на единицу инвестированного капитала по сравнению с большими предприятиями, так как малые фирмы во многих отраслях переработки смогут быстрее среагировать и то при меньше затратах в связи с большим темпом изменения ассортимента продукции и услуг, производственного процесса а также по отношению к условиям предстоящего рынка и потребителя.

Все это происходит также потому, что малые фирмы стали более привлекательны для агрессивных и целеустремленных на свободном рынке. А такие человеческие качества создают возможность принимать риск и содействовать инновациям.

Это благодаря инновационному процессу и находчивости малых предприятий стали нам известны: персональный компьютер, транзисторный радиоприемник, фотокопировальная установка, карманный калькулятор, блиц - фото, а также, хоть не верится – реактивный двигатель, динамизм и находчивость малых фирм дали начало многим новым отраслям промышленности .

Малые предприятия наверняка заслуживают звания приводного мотора экономики. И хотя у них самих небольшое воздействие на окружающую среду, у них небольшие масштабы производства - недооцениваются местными властями – то все таки их совокупный потенциал имеет огромное значение и влияние на экономику в целом.

Конечно, в кратце представленный анализ положительных и негативных черт фирм по их величине не до конца верный, неполный и не имеет прямого отношения к тематике конференции но все таки малые и средние предприятия до 250 занятых на производстве сотрудников представляют экономический интерес для нашей фирмы и поэтому мы их охарактеризовали.

Как было сказано раньше, миссия фирмы Pevich Consulting Limited по отношению к загранице это налаживание контактов , главным образом между поляками и белоруссами а также оказание содействия их общественно – культурному и экономическому сотрудничеству. Это не простая задача, оно и не легкая если ее решать традиционным способом, как говорят в народе « из рук в руки» так как существует барьер доверия заинтересованных сторон и затраты по обслуживанию.

В интернете, на разных сайтах и рунетах Вы найдете довольно большое количество предложений по экономическому сотрудничеству в области продажи, закупа, кооперации с каждой из наших стран и также со всего мира. Независимо, каждый из вас сможет найти на соответствующем сайте любое интересующее вас изделие, услугу по импортному закупу, по договорной или тендерной цене. Каждый из вас может также обратиться в специализированную внешнеторговую фирму в своей стране с предложением по продаже вашей продукции за рубежом. А если не желает воспользоваться посредническими услугами , тогда может быть экспонентом на выставке за рубежом и попытаться продавать самостоятельно. Значит, почему, несмотря на наличие столь большого количества таких инструментов , казалось бы успешных и хватающих в наше время быстрой информации, мы встречаемся сегодня с вами на этой конференции и рассуждем о новых видах и формах поиска продвижения экспорта?

В прошлом, бывало многие годы приходилось вести обслуживание нескольких десятков польских фирм в Украине. Мои польские партнеры хотели , чтобы я им только предоставил покупателей на их продукцию но никак не понимали своего собственного участия в выставках за границей. В свою очередь, украинские партнеры главным образом ждали лиц заинтересованных совместной деятельностью при чем с серьезным капиталовложением со

стороны иностранного партнера, но также и не с большим желанием приезжали за свой счет на переговоры по этому поводу в Польшу.

Полгода тому назад, после визита на выставке в Минске, мы направили по электронке в несколько десятков белорусских фирм письмо с предложением о сотрудничестве. Откликнулась на наш запрос только одна фирма, у которой было желание чтоб мы продали ей в Польше - гобелены...

Наши личные опыты на протяжении многих лет дополню только что имевшим место высказыванием канцлера Белостоцкого Отделения Business Center Club, самой престижной организации бизнесменов в Польше а также за рубежом, господина Кшиштофа Жуковского, фрагмент которого разрешите зачитать: "Предприниматели сами признают тот факт, что сотрудничество с иностранной фирмой дело нелегкое. Основной барьер – незнание языка, следующий барьер – отсутствие инициативы". Многие владельцы фирм выжидают того, что партнер направит им предложение, пригласит к себе, либо предложит совместный бизнес - так высказался один из белостоцких бизнесменов. А ведь это мы должны быть заинтересованы контактами. Никто нам ничего на подносе не принесет.

Следовательно, в завершение рассуждений, по вопросу наличия барьеров доверия в контактах с организаторами продвижения экспорта, по вопросу их деловитости и эффективности, а также их связей с иностранными партнерами, вопрос их достоверности, а также наличие барьеров связанных с затратами на проэкспортную деятельность, а в том числе служебные поездки и выставки, иногда понимаются, как лишние или рискованные в связи с затратами. Значит проблема состоит из нескольких факторов : языковой барьер, неумение вести дела с иностранными фирмами а еще хуже то факт неумения сознаться в этом , но и главным образом - пассивность.

С другой стороны, я не удивляюсь действиям многих предпринимателей с одной и другой стороны границы и даже позволю себе сказать - в группе малых и даже средних предприятий - мы не знаем что такое за граница, а если уж так случилось - то главным образом мы знаем за границу как место летнего отдыха в горах или на теплом море за деньги заработанные на внутреннем рынке.

На сегодняшний день в мировой экономике ожидается кризис. Внутренний рынок, основа жизни для многих фирм, особенно малых, будет сокращаться в связи с уменьшением потребительских возможностей клиентов, с увеличением безработицы и более строгим режимом выделения кредитов банками. Думаю, что для малых и средних фирм наступит время интенсивного поиска сбыта продукции и услуг на других рынках – за пределами страны.

Белорусь и другие страны бывшего СССР а именно: Россия, Украина или Молдова, это страны, которые постоянно вызывают интерес польских предпринимателей и предпринимателей из стран ЕС. По нашим сведениям также Польша находится в кругу заинтересованности предпринимателей из стран СНГ.

Давайте тогда поможем этим предпринимателям, но не в одиночку а сообща, в группе консалтинговых, маркетинговых фирм либо туристических фирм для

начала. Давайте учреждать кластеры для сотрудничества с заграницей (типа экспортно – импортные консорциумов). Так как во время глобализации, быстрого обмена информацией национальные действия, одностороние – значительно труднее и менее успешны, у них меньше шансов на выживание и меньше шансов генерирования внешнеторгового товарообмена чем в случае участия в многонациональных корпорациях.

Одновременно, помогая другим, мы поможем и себе путем мультипликации неконкурентноспособных по отношению друг к другу услуг для своих и иностранных предпринимателей на нашем местном рынке так как мы этот рынок знаем как никто другой и мы сотрудничаем!

Затем приглашаем в кластер и большие фирмы и самоуправленческие структуры, давайте окажем им помощь независимо от границ в области международных отношений. Приглашаем также высшие учебные заведения, давайте воспользуемся их знаниями и давайте меняться друг с другом инновациями, приглашаем также банковские учреждения для финансирования совместных и достоверных предприятий.

Для пояснения: имеются разные дефиниции и определения кластера . Michael E. Porter, профессор Harvard Business School, которым придумано и внедрено это понятие в науке и на практике, несколько раз сам менял собою придуманное определение, что показывает – это все таки еще молодая область исследований. Кластер можно определить как географическую совокупность взаимосвязанных фирм, специализированных поставщиков , фирм оказывающих услуги, фирм, которые работают в смежных секторах и связанных с ними учреждений в разных областях, которые оказывают заодно друг другу содействие и поддержку а также они конкуренты друг для друга. Кластеры отличаются большим умением образования и учреждения новых ценностей , несравнимо больше, по отношению к другим, хозяйственной активностью на данной территории а также отличаются сильным конкурентным перевесом в данной отрасли хотя бы на уровне страны а лучше всего рассматривать этот вопрос на уровне континента или глобально.

Наша фирма, аниматор этого предприятия, учредила такой кластер на польском рынке с участием адвокатской конторы и бюро присяжных переводчиков для начала. Этот наш, авторский проект, предусматривает учреждение ряда консалтинговых контор и комплементарных малых фирм в Польше, в Белоруси а также в других странах, где предлагаемой и продвигаемой этим кластером услугой будут недорогие постоянные торговые миссии в страны – участницы предприятия. Это будет реальная услуга, определена по совместному стандарту и адресована главным образом малым и средним предприятиям.

Эта услуга или услуги будут пониматься как главное соединение кластера, к которому после консолидации мероприятий будут приглашаться затем следующие фирмы, самоуправленческие структуры, вузы и банковские учреждения.

Значит, соответственно всем предпосылкам, это будет сетевой кластер, который будет состоять « из многих малых фирм такого же и подобного профиля производства либо услуг, которые характеризуются возможностью

быстрой адаптации и приспособления к постоянно меняющимся условиям рынка и дифференцированным требованиям путем сотрудничества и применения новых технологий. Фирмы такого кластера используют преимущества недостижимые для них другим путем, например доступ к местным знаниям и рынку труда, низкие затраты по транспорту и по затратам на подготовку сделки, эластичность, доверие и сотрудничество а также местную инфраструктуру, благодаря которой можно поддержать специализированную продажу, услуги, сеть поставщиков". Таким образом это понятие и инициатива определяются по Вилькипедии.

Во время наших частых побываний на выставках, во время переговоров с предпринимателями, главным образом в Польше, знаем, что многие из них желают наладить экономические контакты лично, без посредников, в малой группе и неформальной атмосфере. Однако отсутствие знания языка, как указывалось раньше, отсутствие соответствующих личных контактов, заморочки с получением приглашения и соответственно визы, боязнь, что выезд может оказаться неуспешным, боязнь за свою безопасность в другой малоизвестной стране – часто приводят к тому, что люди не начинают действий, не предпринимают риска и труда ознакомления с новыми людьми и новыми рынками. Это потенциальный ущерб для внешнеторгового международного товарообмена и чисто человеческих отношений. Именно это, совместно с уже определившимися и будущими партнерами в кластере ставиться за цель и на решение этой задачи направлены будут наши действия.

Сравнительно недорогой способ знакомства с людьми бизнеса, ознакомления с другими правилами и экономическими условиями – это именно торговые миссии в другие страны.

Такие поездки это объединение посещения выставок, участие в отраслевых внешнеторговых конференциях включая встречи с местными органами власти и представителями посольства страны участников, но прежде всего это встречи с местными предпринимателями в их организациях или на их рабочем месте. Существенное расширение этих миссий – это ознакомление с климатом, с достопримечательностями места выставки, с его жителями, быстрый просмотр чем живут люди, что у них имеется в магазинах.

Торговые миссии – это краткосрочные, 3-4 дневные поездки, участвовать в которых могут предприниматели без лишнего ущерба для реализации своих хозяйственных задач. Часто бывает, что такие поездки понимаются как краткосрочные «отпуска» от текучки для ознакомления с другой действительностью, знакомства с новыми бизнес партнерами, новыми продуктами, но прежде всего для расширения знаний необходимых в нынешнее время глобализации рынка.

Организатором миссии чаще всего бывают торгово – промышленные палаты, ассоциации предпринимателей страны происхождения участников миссии, которые откликаются таким образом на запрос и потребности своих экономических кругов, своих членов. Однако трудно найти предложения по похожим бизнес поездкам так, чтобы они были недорогими, камеральными,

организованными постоянно, в любое выгодное время, по определенному стандарту а также для предпринимателей, которые не являются членами любой ассоциации. Вот это и есть ниша для учреждаемого кластера .

Конечно, организуя и реализуя торговые миссии таким образом мы не будем слишком оригинальны так как этот продукт в немного похожем виде имеется на рынке уже много лет и существует столько же сколько и города на евроазиатском континенте. Уже древние купцы перемещались по торговым путям: "по трансибирскому", начиная с 2500 года до нашей эры., " по шелковому" начиная с 1600 года до нашей эры, " по янтарному" начиная с V века до нашей эры и " по русскому" уже 300 лет, это самые известные - в поиске своих коммерческих шансов.

Преимущество нашего проекта кластера состоит в немного другом, в специфической организации бизнеса на международном рынке, где путем одной общей услуги, выявляются и можно активизировать другие проэкспортные услуги, комплементарные по отношению друг к другу , реализуемые ассоциацией фирм независимых друг от друга и неконкурентных по отношению друг к другу, можно инициировать и учреждать дальнейшие бизнес связи на местном и зарубежном рынках, ходатайствовать за получением имеющихся международных субвенции и дотации а также реализовать большие проекты путем организации консорциумов.

Наш проект – это несомненно организационная инновация в бизнесе и является интеллектуальной собственностью. Суть и содержание проекта будет представлена субъектам заинтересованным принять участие в нашем кластере и которые могут внести в это образование новые предложения

В конце выступления хотелось бы сказать, что представленная сегодня инициатива учреждения нашего кластера в международных отношениях до сих пор не публиковалась в другом месте и в другое время.

ВЫВОДЫ

Фирма «Pevich Consulting Limited» занимается проэкспортной деятельностью по отношению к своим партнерам в Польше и в Белоруссии в группе малых и средних предприятий. Форма проэкспортной деятельности и продвижения товаров и услуг , которая была до сих пор, значит участие одной фирмы и случайная помощь зарубежной фирмы, является уже далеко недостаточной и не успешной. Поводом такой ситуации является:

- недоверие предпринимателей относительно успеха в экспорте в связи с отсутствием постоянных, системно разработанных, недорогих и дружественных форм знакомства с партнерами и рынками, а также отсутствие достоверных консультантов для того , чтобы вести дела с этими партнерами и рынками за рубежом в будущем,

- очень рассеяна и сложная финансовая поддержка в Польше для малых и средних фирм со стороны ЕС направляемая для просмотра и знакомства с иностранными рынками,

- непоследовательность и отсутствие разработанного метода у территориальных управлений в Польше в области содействия и поддержки проэкспортной деятельности по отношению к малым и средним фирмам во многих областях.

Все представленные аргументы приводят к тому, что путь развития экспорта с каждой стороны границы ведет через более усиленную профессионализацию проэкспортной деятельности с участием малых и средних субъектов предпринимательской деятельности с двух или больше стран, объединенных общим коммерческим бизнесом. Такое решение предлагается проектом представленного выше сетевого кластера.

Мы Вас всех сердечно приглашаем вести с нами переговоры и начать сотрудничество!

Минск, 25 ноября 2008 года