



# Warsztaty dla przedsiębiorców sektora małych i średnich przedsiębiorstw z województwa śląskiego planujących działalność eksportową/eksporterów

Organizator:

**Fundusz Górnośląski S.A.**

Szkolenie realizowane przez:

**Eurofinance Training Sp. z o.o.**

**Temat: „WARUNKI WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI  
ZAGRANICZNE ORAZ ASPEKTY FORMALNO - PRAWNE  
Z ELEMENTAMI RÓŻNIC KULTUROWYCH  
- rynki Gruzji i Kazachstanu”**

Termin: 27 kwietnia 2023 r.

Ekspert: Zbigniew Popowski



**„InterSilesia - Modelowanie działalności eksportowej przedsiębiorstw z sektora MŚP działających na terenie województwa śląskiego”**  
- projekt jest współfinansowany przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020, Oś priorytetowa III Konkurencyjność MŚP, Działanie 3.5 Umiędzynarodowienie gospodarki regionu, Poddziałanie 3.5.2 Modelowanie działalności eksportowej MŚP. Projekt realizowany przez Fundusz Górnośląski S.A. w partnerstwie z Województwem Śląskim.

## AGENDA

Charakterystyka rynku, zarys sytuacji gospodarczej Gruzji

Umowy handlowe – jak osiągnąć zamierzone cele?

Finansowanie i zabezpieczenie transakcji w obrocie międzynarodowym

Pozyskiwanie partnerów w Gruzji – pośrednicy i agenci

Case study – wykorzystanie Internetu w działalności eksportowej

# Ogólna charakterystyka – Gruzja



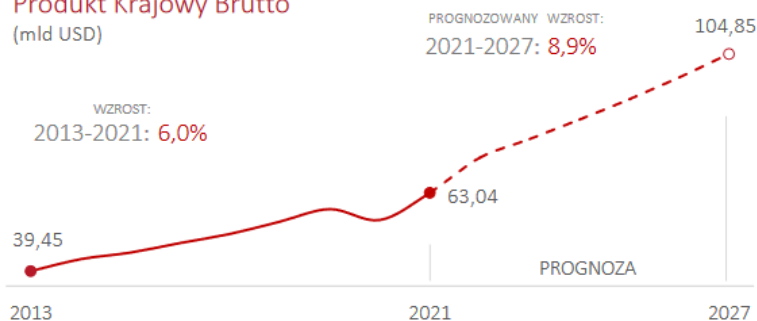
Bezrobocie (2020, ILOStat)	11,73%
Inflacja (2021, MFW)	9,57%
Populacja (2021, MFW)	3,73 mln
Przeciętna płaca (mc) (2019, ILOStat)	400,8 USD

UDZIAŁ SEKTORÓW W GOSPODARCE (Bank Światowy\*)



■ Rolnictwo ■ Przemysł ■ Usługi

## Produkt Krajowy Brutto (mld USD)



PKB per capita PPP (2021, MFW): 16 905,99 Int\$

Źródło: MFW | Wzrosty CAGR | Int\$ - dolar międzynarodowy (PPP)

Index of Economic  
Freedom 2022  
The Heritage Foundation

Pozycja kraju	Pozycja Polski
26	39

Index of Economic Freedom	Kategoria:	Wynik kraju	Polska
	Wolność handlu	86,6	79,2
	Wolność inwestycji	80	80
	Wolność prowadzenia biznesu	74,1	78,7

# Ogólna charakterystyka – Gruzja

## Eksport kraju – TOP 5 (2021)

(w tym eksport do Polski)



Rudy metalonośne i złom metali  
0,98 mld USD (0,00% do Polski)



Napoje  
0,6 mld USD (2,54% do Polski)



Żeliwo i stal  
0,53 mld USD (0,02% do Polski)



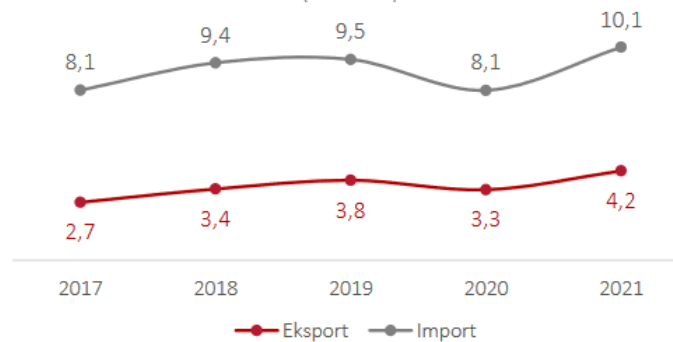
Pojazdy drogowe  
0,5 mld USD (0,09% do Polski)



Warzywa i owoce  
0,28 mld USD (1,33% do Polski)

## Wymiana handlowa kraju ogółem

(mld USD)



Źródło: UN Comtrade

## Import kraju – TOP 5 (2021)

(w tym import z Polski)



Pojazdy drogowe  
1,25 mld USD (2,12% z Polski)



Ropa naftowa, produkty naftowe  
0,86 mld USD (0,14% z Polski)



Rudy metalonośne i złom metali  
0,76 mld USD (0,00% z Polski)



Produkty medyczne i farmaceutyczne  
0,53 mld USD (3,86% z Polski)



Żeliwo i stal  
0,38 mld USD (0,05% z Polski)

# Gruzja – rankingi światowe

**7** (1-190)

Doing Business



**12** (1-180)

Index of Economic Freedom



# Polska – Gruzja / wymiana handlowa



Eksport do Gruzji  
**480,0 mln PLN**

Import z Gruzji  
**136,8 mln PLN**

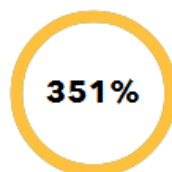
Saldo wymiany towarowej Polska-Gruzja  
**343,1 mln PLN**



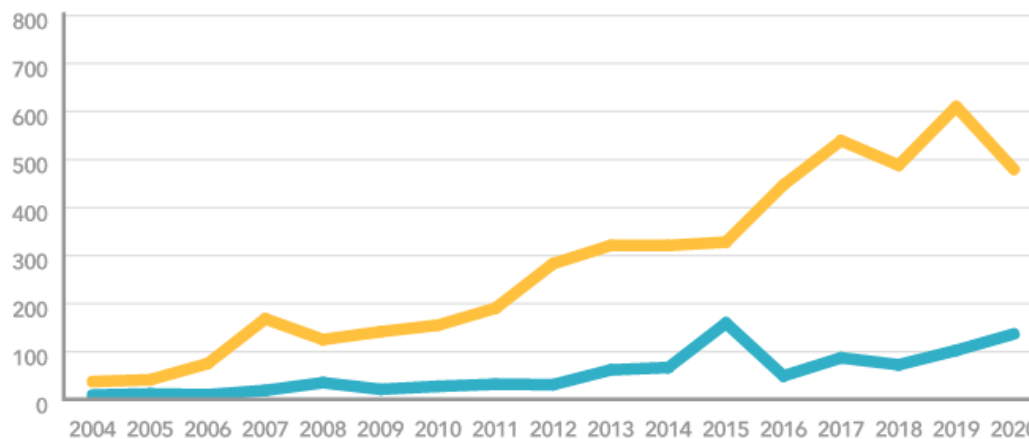
## Saldo wymiany towarowej Polska-Gruzja

**343,1 mln PLN**

### Pokrycie importu eksportem



mln PLN



■ Import   ■ Eksport

# Polska – Gruzja / wymiana handlowa

## Najpopularniejsze eksportowane produkty






1. Produkty przemysłu chemicznego
2. Artykuły spożywcze
3. Maszyny i urządzenia mechaniczne, elektryczne oraz ich części

## Najpopularniejsze importowane produkty

1. Materiały i artykuły włókiennicze
2. Artykuły spożywcze
3. Produkty pochodzenia roślinnego

# Ogólna charakterystyka – kultura biznesu

## ELEMENTY KULTURY BIZNESU

-  Gruzińska kultura biznesu jest mniej formalna niż w innych krajach. Wizytówki wymieniane są bez formalnego rytuału. Istotny jest kontakt wzrokowy.
-  Pierwsze spotkanie często polega raczej na poznaniu się, nie zakończy się ono podpisaniem kontraktu. Potrzebny jest czas i cierpliwość. Szczególnie, iż w większości przypadków decyzje podejmowane są odgórnie.
-  Na spotkanie najlepiej przyjść o wyznaczonej godzinie, ale raczej nie zacznie się ono punktualnie.
-  Preferowana jest współpraca „na wyłączność”.
-  Nie rekomendowane są wyjazdy biznesowe w okresie wakacyjnym (sierpień) oraz świąt Bożego Narodzenia (od 1-15 stycznia).

# Specyfika kultury biznesu Gruzji

Niesamowita gościnność

Mieszanie biznesu ze sprawami prywatnymi w czasie tej samej rozmowy





„Gorąca krew”

Duże, obfite posiłki z dużą ilością alkoholu (również podczas spotkań biznesowych)

Odpowiedni ubiór dla kobiety i mężczyzny

# Ogólna charakterystyka – Gruzja

## MOCNE I SŁABE STRONY

-  Strategiczne położenie. Ważne ogniwo korytarza transportowego TRACECA łączącego Europę z Turcją, Armenią, Azerbejdżanem aż po Azję Środkową.
-  Cztery specjalne strefy przemysłowe: Poti, dwie w Kutaisi, jedna w Tbilisi.
-  Układ o stowarzyszeniu, obejmujący pogłębioną i kompleksową umowę o wolnym handlu (DCFTA) eliminuje bariery taryfowe i pozataryfowe w handlu z UE.
-  Bariera dla polskich produktów w Gruzji są kwestie transportowe. Połączenie drogowe przez Turcję, mimo długiej trasy, jest najpopularniejsze. Krótsze połączenie drogowe przez Białoruś/Ukrainę i Rosję jest utrudnione ze względów biurokratycznych.

# Ogólna charakterystyka – Gruzja

## PERSPEKTYWY DLA BRANŻ

- Materiały budowlane i wykończeniowe, wyposażenie hoteli. Sektor budowlany jest jedną z największych dziedzin gospodarki Gruzji, z dużą tendencją wzrostową. Rozwój sektora jest również związany z rozwojem sektora turystycznego, który jest aktywnie wspierany przez rząd.
- Infrastruktura komunalna – plany rządu na projekty w dziedzinach: gospodarka odpadami, oświetlenie ulic, efektywność energetyczna, gospodarka wodno-ściekowa, izolacja termiczna budynków.
- Rolnictwo, m.in. eksport technologii, linii produkcyjnych, maszyny i urządzenia, czy usługi konsultingowe.
- Kosmetyki i sprzęt medyczny.

# Ogólna charakterystyka – Gruzja

Bardzo korzystne warunki do prowadzenia biznesu

Od 2011 uproszczona struktura podatkowa (blisko 2-krotnie mniej czasu poświęca się w Gruzji na rozliczenia podatkowe)

Podstawowa stawka VAT – 18%, CIT – 15% + Estoński CIT”, PIT – 20%

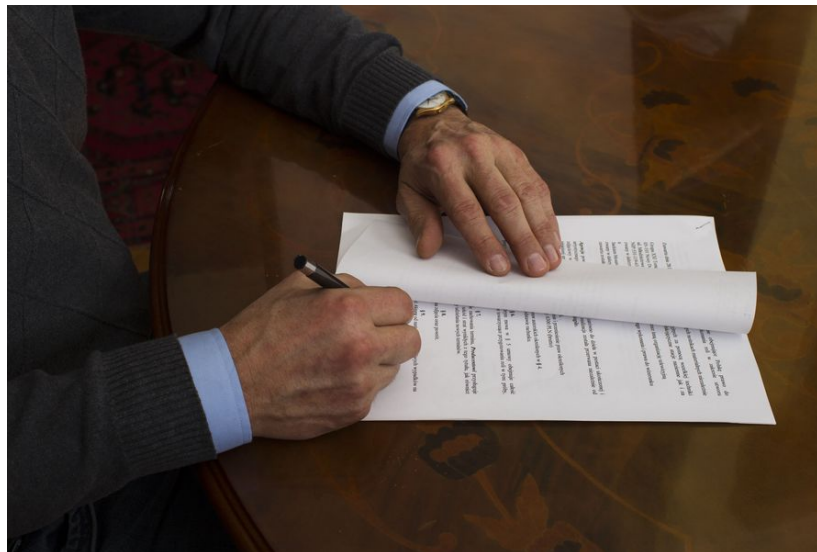
Import stanowi ponad 2-krotość eksportu

Lider liberalnych reform w regionie

Polska i Polacy są bardzo dobrze postrzegani

# Umowy handlowe

## Jak osiągnąć zamierzone cele?



- Z kim „gramy”? Jego doświadczenia, znajomość UE, Polski?
- Siła finansowa i odporność danej branży na turbulencje
- Jak firma poradziła sobie / radzi sobie w pandemii (dotacje, tarcze, restrukturyzacje itp.)
- Kto nam rekomenduje relację z tym kontrahentem? Opinie o nim itp.



# Negocjacje umów handlowych

- Mocne i słabe strony partnera
- Najgorszy ale ciągle akceptowalny dla naszej firmy scenariusz
- Wynik negocjacji pozostaje na lata – nie ulegajmy „chwilowemu zauroczeniu”
- Siła finansowa a handlowa naszego partnera
- Win – win

# Umowy handlowe cd.

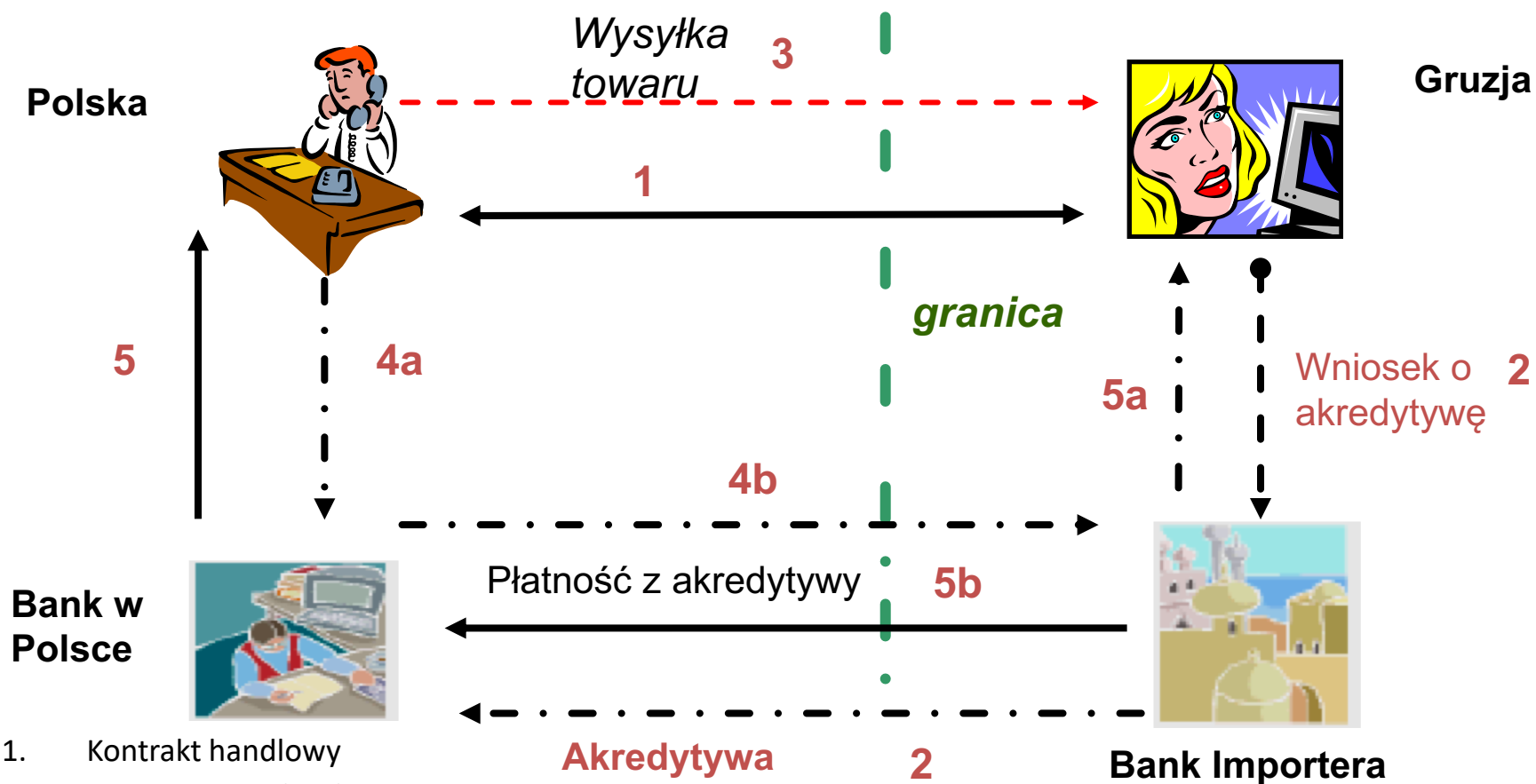
## Ważne przed zawarciem kontraktu (wiarygodność potencjalnego kontrahenta)

- wyciąg z rejestru przedsiębiorców
- wyciąg z rejestru dłużników (przy znacznych kontraktach)
- wywiadownie gospodarcze
- dokładne sprawdzenie prawidłowości umocowania przedstawiciela / pełnomocnika danego przedsiębiorcy do dokonywania określonych czynności prawnych
- strona internetowa, telefon stacjonarny, domena w adresie mailowym itp.

# Finansowanie działalności eksportowej



# Akredytywa

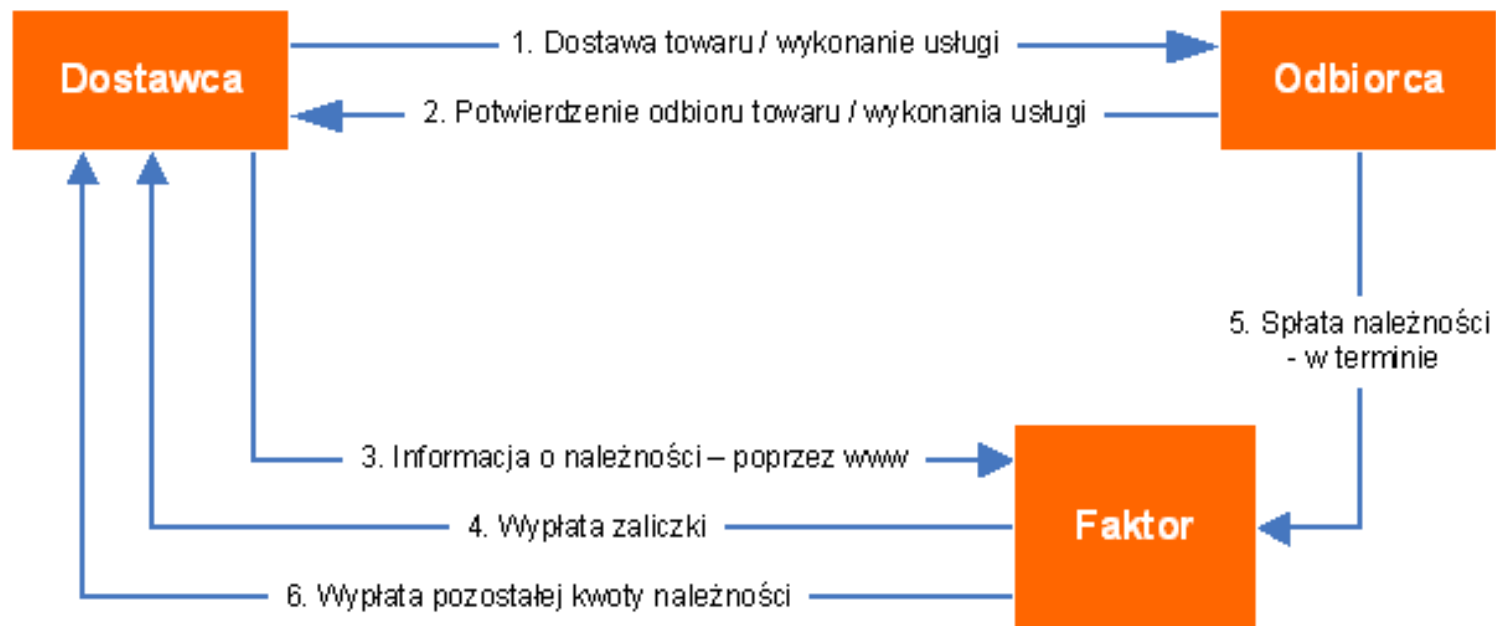


1. Kontrakt handlowy
2. Wystawienie akredytywy
3. Wysyłka towaru
4. Złożenie do banku dokumentów związanych z towarem
5. Wydanie dokumentów importerowi i realizacja płatności do eksportera / banku eksportera

# Potwierdzenie akredytywy

- przeniesienie ryzyka politycznego, komercyjnego i geofizycznego z Państwa, w którym jest wystawiona akredytywa do Polski
- potwierdzenie jest najczęściej stosowane w przypadku eksportu do krajów rozwijających się i krajów „trzeciego świata”
- okres potwierdzenia zwykle nie jest dłuższy niż 12 miesięcy
- koszt potwierdzenia zależy przede wszystkim od ryzyka kraju importera

# Faktoring zagraniczny bez regresu



# Rozwiązania firm faktoringowych

łączenie w ofercie kilku etapów związanych z transakcjami:

- rozliczenie
- inkaso
- **pokrycie ryzyka / ubezpieczenie należności**
- finansowanie
- windykacja, wsparcie prawne

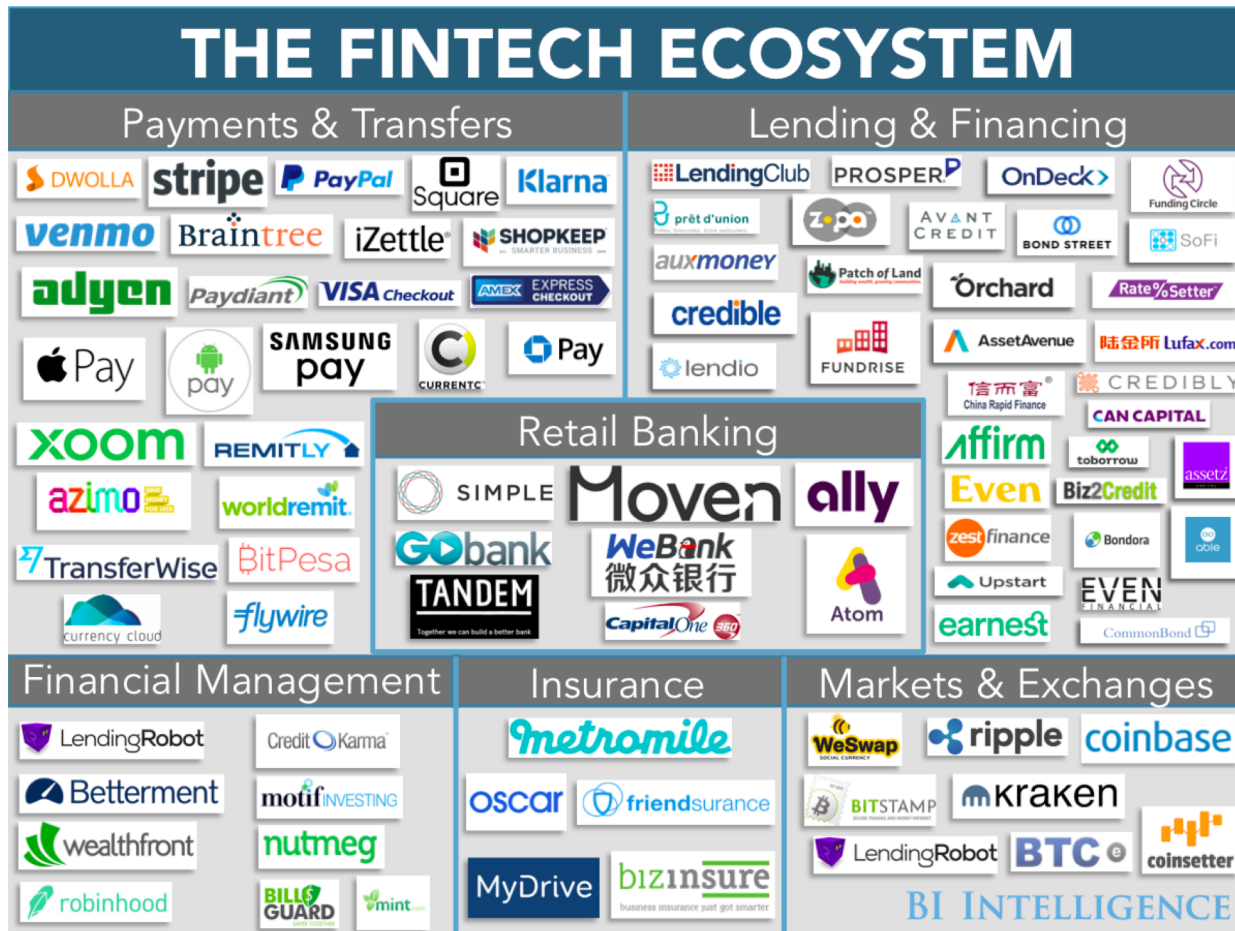
analiza ryzyka opiera się na

- dyscyplinie płatniczej kontrahentów
- historii współpracy
- strukturze zaliczkowania i wypłat środków pieniężnych

*Możliwość finansowania z regresem lub bez regresu*

# Nowoczesne technologie rozliczeń

## Rola sektora FinTech





# A jakie wsparcie jest najbliżej nas?



 Fundusz  
Górnośląski SA



NAJBLIŻSZY  
NABÓR:

**25-28 kwietnia 2023**

**Wsparcie dla #MŚP**

Projekt „Usługi rozwojowe dla śląskich firm II”

Fundusze Europejskie  
Program Regionalny

Rzeczpospolita  
Polska

Śląskie.

Unia Europejska  
Europejski Fundusz Społeczny

# A jakie wsparcie jest najbliżej nas?

- Dofinansowanie dla MŚP na usługi rozwojowe – doradcze i szkoleniowe z BUR
- Cel – poprawa kompetencji i kwalifikacji kadr pracowniczych
- Operator Podmiotowy Systemu Finansowania – Fundusz Górnośląski SA
- Usługi są świadczone przez podmioty wpisane do BUR
- Dla kogo – dla MŚP płacących podatki w woj. Śląskim
- Max 100.000 zł na przedsiębiorstwo i 7.500 zł na pracownika
- Dofinansowanie do 80%
- Więcej informacji tutaj:
- <https://www.fgsa.pl/szkolenia-i-doradztwo/uslugi-rozwojowe-dla-slaskich-firm/>

# Pozyskiwanie partnerów w Gruzji – pośrednicy i agenci

- Eksport pośredni
- Eksport bezpośredni
- Eksport kooperacyjny
- E-commerce
- Dropshipping
- Powiązania kontraktowe

# Eksport pośredni czyli ...

partnerzy handlowi, agenci oraz dystrybutorzy w obrocie międzynarodowym

- dystrybucja poprzez niezależne firmy handlowe, specjalizujące się w eksporcie określonych towarów (hurtownik, dystrybutor lub agent)
- na własny rachunek przez polskiego lub zagranicznego franczyzobiorcę (eksport kooperacyjny)
- poprzez przekazanie licencji zagranicznemu podmiotowi
- na zasadzie współpracy joint venture z zagranicznym podmiotem
- poprzez własny oddział / filię za granicą
- poprzez alianse strategiczne

# Eksport pośredni c.d.

## Eksport pośredni

Zalety	Wady
Możliwość skoncentrowania się wyłącznie na działalności produkcyjnej, brak konieczności prowadzenia i utrzymania krajowego biura sprzedaży.	Większe koszty niż w przypadku eksportu bezpośredniego z uwagi na konieczność zaangażowania podmiotu pośredniczącego.
Brak konieczności poszukiwania zagranicznych odbiorców, prowadzenia badań rynku i promocji produktów (przerzucenie ww. kosztów na pośrednika).	Brak bezpośrednich informacji o sytuacji na rynku zagranicznym, dane przekazywane przez podmiot pośredniczący mogą nie odzwierciedlać rzeczywistości, jeśli nie dotrą na czas lub będą niepełne.
Fizyczna obecność na rynku zagranicznym poprzez podmiot pośredniczący.	Brak bezpośredniego dostępu do odbiorców wymaga stałej kontroli podmiotu pośredniczącego (zwłaszcza jego lojalności i skuteczności działania).

# Eksport bezpośredni czyli ... „jazda bez trzymanki”

## Eksport bezpośredni

Zalety	Wady
Bieżąca kontrola nad sprzedażą towarów za granicą.	Ryzyko niewydolności organizacyjnej spowodowane koniecznością obsługi zbyt wielu odbiorców.
Bezpośredni dostęp do odbiorców na rynku docelowym.	Konieczność rozbudowy struktury organizacyjnej krajowego biura sprzedaży (działu eksportu), adekwatnie do wzrostu liczby obsługiwanych odbiorców.
Bezpośredni dostęp do informacji na temat sytuacji (nastrojów konsumentów) na rynku zagranicznym, co daje możliwość szybkiego reagowania na płynące z niego sygnały.	Konieczność zwiększenia wyjściowego zaangażowania kapitałowego na badania rynku, zagraniczną promocję produktów, zwiększanie zatrudnienia.

# Eksport pośredni – początek doświadczony **agent** lub **dystrybutor**

Dystrybutor	Agent handlowy
Nabywa prawo własności do towarów	Nie nabywa prawa własności do towarów
Ponosi ryzyko braku sprzedaży oraz ryzyko zniszczenia towaru	To producent, a nie agent handlowy, ponosi ryzyko braku sprzedaży oraz ryzyko zniszczenia produktu
Dodaje swoją marżę i oczekuje specjalnych rabatów od producenta	To producent ustala cenę towaru, agent pobiera prowizję agencyjną
Dystrybutor nie może zwrócić producentowi niesprzedanych towarów	Agent handlowy może zwrócić producentowi niesprzedane towary
Dystrybutor ponosi ryzyko braku zapłaty od detalisty, a producent od dystrybutora	To producent ponosi ryzyko braku zapłaty od detalisty
Producent nie ma prawa zmienić cen produktów odsprzedanych przez dystrybutora	Producent ma prawo ustalić cenę wyrobów sprzedawanych przez agenta

# Praktyczne rady – pierwszy eksport

## Zalety wyboru **agenta handlowego**:

- większa kontrola producenta w zakresie ceny towaru dla konsumentów wizerunku firmy i produktu oraz obsługi klienta
- zwykle niższe koszty pośrednictwa w transakcji
- Zwykle brak presji na długoterminowość i wyłączność umowy

## Wady:

- odpowiedzialność producenta za transport, brak sprzedaży towaru lub brak zapłaty od klienta
- maksymalizacja prowizji agenta oraz brak sprawnego „centrum obsługi klienta”, co może spowodować opóźnienia w obsłudze amerykańskich klientów oraz w transporcie towarów.



# Praktyczne rady – pierwszy eksport

## Zalety wyboru **dystrybutora**:

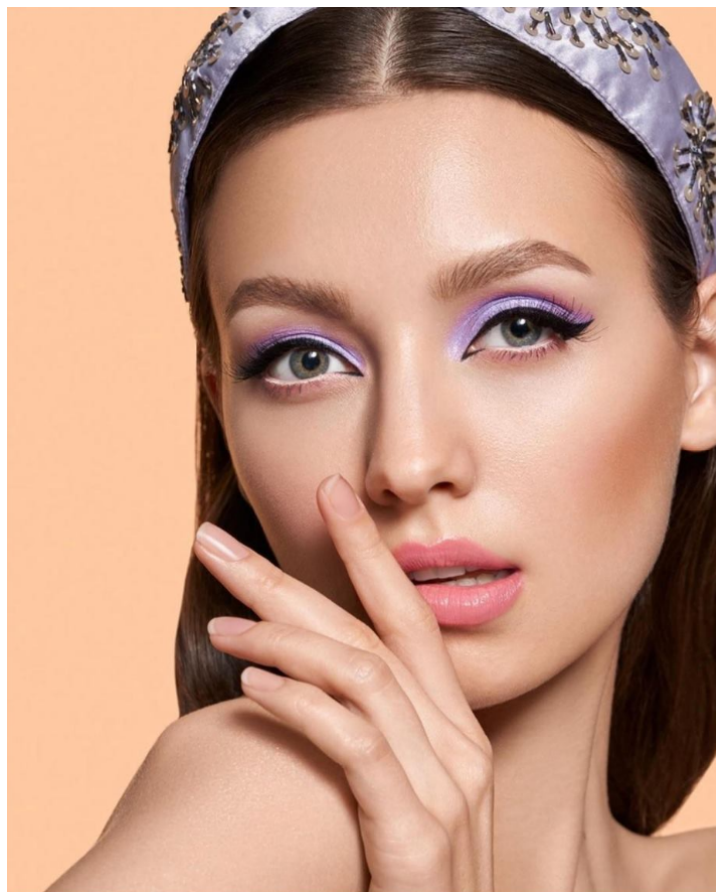
- przejęcie głównych kwestii dotyczących wprowadzenia towarów na nowy rynek
- importowanie produktów, wprowadzeniem ich na rynek oraz przyjęcie na siebie wszelkich konsekwencji w przypadku strat finansowych (brak sprzedaży, zapłaty, itp.)
- wiedza o lokalnym rynku, uregulowaniach prawnych i bazy kontaktów biznesowych
- znajomość preferencji klientów, „czucie” rynku i konkurencji

## Wady:

- może wpływać na producentów w kwestii określonej polityki cenowej w stosunku do siebie, a także dążyć do podpisania długookresowego kontraktu na prawach wyłączności
- decyduje o końcowej cenie towaru, którą zapłacą klienci.

# Case study

## Przykład skutecznego wejścia na rynek gruziński



# Co pomogło w wejściu na rynek?

Badania preferencji Gruzinów

Przemysłane kryteria wyboru najlepszych partnerów

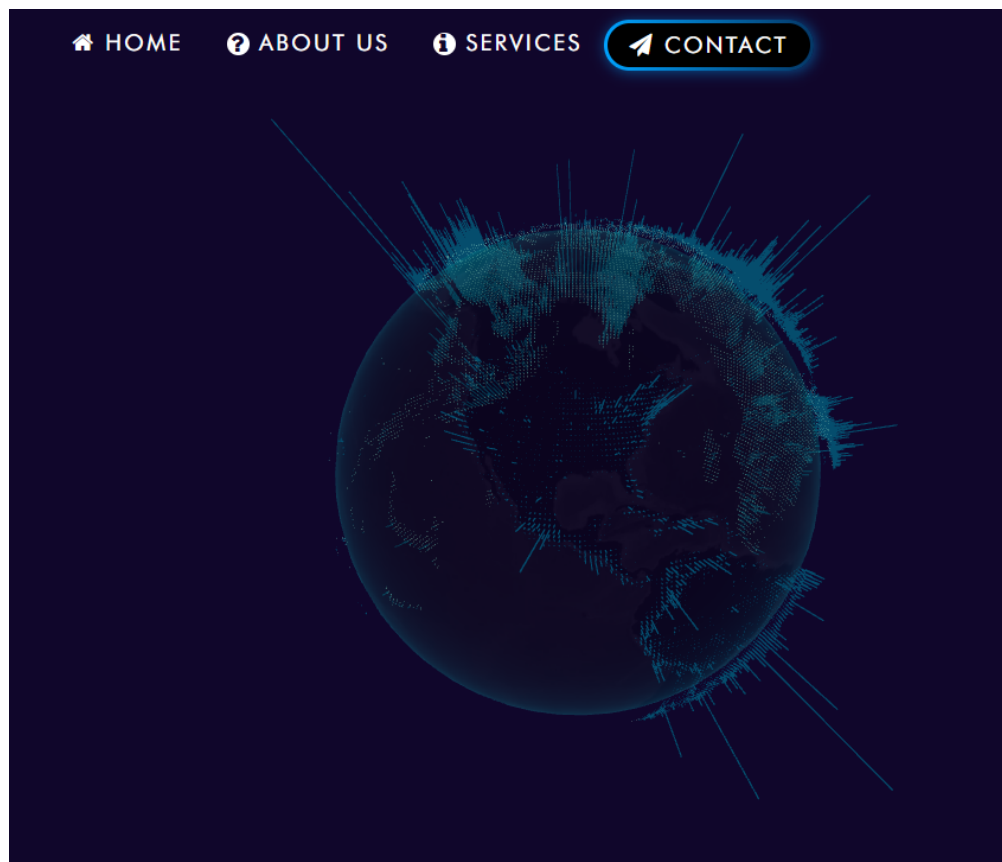
Staranny dobór asortymentu

Przemysłana strategia komunikacja

Determinacja 😊

# Case study

## wykorzystanie Internetu w działalności eksportowej



## Przydatne linki

<https://www.trade.gov.pl/pl/niezbednik-eksportera/finansowanie/1952,tu-znajdziesz-pomoc-instytucje-finansowe.html#>

<https://www.bgk.pl/przedsiębiorstwa/wsparcie-eksportu/program-rzadowy-finansowe-wspieranie-eksportu/>

<https://www.bgk.pl/przedsiębiorstwa/poleczenia-i-gwarancje/gwarancje-de-minimis/>

<http://www.rozwojekspertu.pl/>

<http://popw.parp.gov.pl/dzialanie-1-2-internacjonalizacja-msp/dzialanie-1-2-internacjonalizacja-msp>

<http://poir.parp.gov.pl/wsparcie-msp-w-promocji-marek-produktowych-go-to-brand-pl/poddzialanie-3-3-3-wsparcie-msp-w-promocji-marek-produktowych-go-to-brand>

## Przydatne linki

- **Ministerstwo Rozwoju**  
www.mr.gov.pl
  - **Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi**  
www.minrol.gov.pl
  - **Agencja Rynku Rolnego**  
www.arr.gov.pl
  - **Agencja Restrukturyzacji i Modernizacji Rolnictwa**  
www.arimr.gov.pl
  - **Ministerstwo Spraw Zagranicznych**  
www.msz.gov.pl
  - **Urząd Komitetu Integracji Europejskiej**  
www.ukie.gov.pl
  - **Portal Promocji Eksportu**  
• <https://www.trade.gov.pl/>
- Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych**  
www.kuke.com.pl
  - Bank Gospodarstwa Krajowego**  
www.bgk.com.pl
  - Polishexport.info**  
www.polishexport.info
  - Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości**  
www.parp.gov.pl
  - Polexpo Exhibitions Sp. z o.o.**  
www.polexpo.pl
  - Organizacja Wystaw i Targów**  
www.eltar-targi.com.pl
  - Biuro Promocji Zagranicznej EXPO Sp. z o.o.**  
www.bpz-expo.pl

# Dziękujemy za uwagę

Organizator:

**Fundusz Górnośląski S.A.**

ul. Sokolska 8  
40-086 Katowice

Szkolenie zorganizowane przez:

**Eurofinance Training Sp. z o.o.**

tel.: 22 830 13 40; tel. kom.: 609 124 124

e-mail: [szkolenia@efszkolenia.pl](mailto:szkolenia@efszkolenia.pl); [www.efszkolenia.pl](http://www.efszkolenia.pl)

**POPOWSKI**  
ADVISORY

[www.popowski-advisory.com](http://www.popowski-advisory.com)