

Tuvāk eksportam ar tirdzniecības misiju

Kad vietējais tirgus ir apgūts un ir vēlme sākt eksportu, var izmēģināt dalību kontaktbiržās un tirdzniecības misijās, kam pieejams līdzfinansējums no Eiropas Savienības fondu līdzekļiem

Ja uzņēmums vēl nekad nav nodarbojies ar eksportu, visprātīgāk ceļu uz to sākt pie sava datora ekrāna – izpēt interesējošos potenciālos sadarbības partnerus un uzsākot virtuālu komunikāciju. Nākamais solis varētu būt kontaktbirža. «Tas ir viens no lētākajiem tirgus izpētes un eksporta uzsākšanas instrumentiem, bet tāpat ir jāreķinās ar ceļa un citiem izdevumiem, rūpīgi jāizvērtē partneri, kas pieteikušies kontaktbiržai, un vai šajā pasākumā izdosies nodibināt kontaktus ar noderīgiem uzņēmumiem,» saka Inga Valdmāne, Eiropas Biznesa atbalsta tīkla (EEN) Latvijā koordinatore. Ņemot vērā, ka kontaktbiržas parasti notiek paralēli kādai lielai starptautiskai izstādei, vienlaikus tā ir iespēja veikt tirgus izpēti, uzzināt pasaules tendences un satikties ar potenciālajiem sadarbības partneriem.

Nākamais solis ir tirdzniecības misija, kas ir divu līdz četru dienu pasākums, kura laikā uzņēmums dodas satikt sevi interesējošos partnerus kādā konkrētā valstī. Nereti tirdzniecības misijas ietvaros notiek arī kontaktbirža.

20 minūtes

«Kontaktbiržas ir ātras un efektīvas divpusējas tikšanās starptautiskās konferencēs un izstādēs ar mērķi ietaupīt uzņēmēju laiku un resursus. Tās parasti notiek kāda liela pasākuma, piemēram, starptautiskās izstādes ietvaros,» saka I. Valdmāne. LIAA un Eiropas Biznesa atbalsta tīkls nodrošina uzņēmējiem iespēju norunāt tikšanās ar konkrētiem uzņēmumiem. «Arī piedaloties izstādē, uzņēmēji norunā konkrētas tikšanās, tomēr iepazīšanās ar potenciālajiem partneriem galvenokārt ir nejaušas. Turpretī kontaktbirža sniedz iespēju tikšanos sarunāt jau iepriekš. Tā vairs nav laimes spēle,» viņa norāda. Tomēr atbiruma procents ir visai augsts – tālāka sadarbība izveidojas ar aptuveni diviem no 20 kontaktbiržā satiktiem uzņēmumiem. Tas gan ir atkarīgs no konkrētās nozares.

Kontaktbiržā sarunai veltītais laiks ir samērā īss – 15 līdz 20



Šī gada pirmajā pusgadā organizēta 31 tirdzniecības misija, kurā kopā piedalījās 340 uzņēmēji. Gada otrajā pusē tiek plānotas vismaz 10 tirdzniecības misijas uz valstīm, kur strādā LIAA pārstāvniecības.

minūtes. Šajā laikā jāspēj ar sevi iepazīstināt, pastāstīt par savu biznesu un izteikt sadarbības piedāvājumu, tālāk turpinot komunikāciju attālināti. «20 minūtes ir viss, kas uzņēmējam ir. Šajā laikā jāspēj prezentēt savu uzņēmumu, izstāstīt, ko vari piedāvāt. Tāpēc sarunai jābūt koncentrētai un profesionālai,» saka Jūlija Jaunrodziņa, Eiropas Biznesa atbalsta tīkla Latvijā projektu vadītāja. I. Valdmāne iesaka rūpīgi izpētīt uzņēmumus, ar kuriem norunāta tikšanās, lai būtu lietas kursā, ar ko tie nodarbojas, ko meklē, un pielāgotu tam sarunu, lai arī viņam ir skaidrs, kāpēc uzņēmums vēlas to satikt. «Cilvēkam, kurš pārstāv uzņēmumu kontaktbiržā, jābūt ziņošam par to, cik daudz kompānija var sazaot, cik ilgā laikā, cik daudz iespējams mainīt esošo produktu pēc pasūtītāja vajadzībām utt.,» viņa piebilst. Tā kā kontaktbirža līdzinās ātrajam randiņam, nepiecie-

šams sagatavoties, lai nekas netraucētu sarunai – jābūt vizītkartēm svešvalodā, bukletiem, produktu katalogiem, jāveic pieraksti un uzņēmuma pārstāvim jārunā angliiski. Ja kontaktbirža jātulko, tās efektivitāte ir krietni mazāka, jo ir lielāks laika patēriņš. «It kā triviālas lietas, bet daudzreiz uzņēmēji piemirst par pavisam pašsaprotamām lietām un gādās ķibeles,» teic I. Valdmāne. Lai palīdzētu veiksmīgāk sagatavoties kontaktbiržām un tirdzniecības misijām, LIAA rīko seminārus.

Attīsta eksportu

2014. un 2015. gadā SIA DPA darbinieki devušies 23 tirdzniecības misijās ar LIAA atbalstu. Vizīšu laikā apmeklētā 15 valstīs un satikti vairāk nekā 110 sadarbības partneri un klienti. «Ar daudziem iepazītajiem sadarbības partneriem izveidojusies cieša sadarbība, veidojam kopīgus projektus, cenšamies attīstīt sadarbību

Eiropas tirgū. Izveidotā sadarbība ir atvērusi durvis uz Eiropu un ne tikai, arī ASV tirgus ir iepazīts un atrastas nišas, kurās uzņēmums šobrīd mēģina pierādīt sevi,» saka Elza Ozola, SIA DPA Eiropas projektu vadītāja. Savukārt koka žogu ražotājs Gravtex šogad bija savā pirmajā tirdzniecības misijā uz Somiju. Kompānija ir piedalījusies arī kontaktbiržā Lietuvā. «Tirdzniecības misija uz Somiju, mūsaprāt, bija veiksmīga. Esam ieguvuši fantastiskus, jaunus kontaktus – uzņēmumus, ar kuriem sadarbojamies. Esam aizsūtījuši paraugus un gaidām lielos pasūtījumus. Ceram, ka mūsu darbs vainagosies ar reāliem pasūtījumiem. Pateicoties tirdzniecības misijai, ir reāla iespēja sākt eksportēt,» saka Santa Bļinkova, Gravtex tirdzniecības pārstāve. Cita pieredze viņai ir kontaktbiržā Lietuvā, kur uzņēmums saskārās ar dalībnieku kūtrumu – daudzas tikšanās

nenotika otras puses neierašanās dēļ. Tomēr ar tām kontaktpersonām, ar ko uzņēmums tikās, tas ir apmierināts. Lai tirdzniecības misija būtu veiksmīga, nepieciešams sagatavoties, izveidot kontaktus ar iespējamajiem partneriem jau iepriekš, lai tikšanās laikā kontakts būtu nepiespiests un komunikācija notiktu raitāk. «Arī pēc tirdzniecības misijas nevar zaudēt modrību un nepieciešams turpināt komunikāciju ar satiktajiem cilvēkiem,» teic E. Ozola. Arī S. Bļinkova norāda, ka pēc misijas lielas pūles uzņēmums veltīja komunikācijai ar iegūtajiem sadarbības partneriem. Misijas laikā Gravtex radušies kontakti ar Latvijas uzņēmumiem, kas arī piedalījās misijā. «Ir jāpieņem visi šie piedāvājumi piedalīties un braukt, attīstīties un augt. Mēs esam apmierināti un priecīgi par iespēju piedalīties tirdzniecības misijā. Tā ir fantastiska pieredze,» viņa uzsver.

Rezultāti jāgaida

Tirdzniecības misiju un kontaktbiržu rezultāti nav ātri – reizēm uzņēmums aizbrauc tirdzniecības misijā, kur potenciālais sadarbības partneris to sagaida ar līgumu, bet līdz korigēta līguma parakstīšanai paiet gandrīz gads. «Tirdzniecības misija un kontaktbirža ir pirmā tikšanās ar uzņēmumu. Tāpēc jāreķina vismaz gads līdz sadarbības uzsākšanai,» saka I. Valdmāne. Vaicāta par kultūras atšķirībām, kas jāņem vērā, piedaloties kontaktbiržā vai tirdzniecības misijā, J. Jaunrodziņa norāda, ka īsajā kontaktbiržas tikšanās laikā kultūras atšķirības nespēj sevi parādīt – business ir business. Taču, dodoties tirdzniecības misijā, gan ir rūpīgi jāiepazīstas ar konkrētās valsts īpatnībām biznesa vidē, piemēram, Skandināvijā ir pieklājīgi ierasties 10 minūtes pirms noteiktā tikšanās laika, nevis precīzi laikā, bet dienviņu zemēs ir pieklājīgi nokavēt 15 minūtes.

70% līdzfinansējums

Dalībai LIAA un EEN organizētajās kontaktbiržās un tirdzniecības misijās pieejams ES līdzfinansējums Ārējo tirgu apgūšanas programmas ietvaros, kur uzņēmumi var pieteikties un iegūt līdz pat 70% līdzfinansējuma. Sākotnēji visus izdevumus uzņēmējs sedz pats no saviem līdzekļiem un pēc tam, iesniedzot nepieciešamos dokumentus, atgūst daļu no ieguldītā. Šī programma ilgs un finansējums būs pieejams vēl līdz oktobrim. Šī gada pirmajā pusgadā organizēta 31 tirdzniecības misija, kurā kopā piedalījās 340 uzņēmēji. Gada otrajā pusē tiek plānotas vismaz 10 tirdzniecības misijas uz valstīm, kur strādā LIAA pārstāvniecības. «Ārējo tirgu programmas apgūšanā ir liela uzņēmēju aktivitāte, jo pieejamais atbalsts ir liels. Īpaši uzņēmēju aktivitāti pastiprinājusi sarežģītā situācija Krievijas tirgū, kas liek meklēt jaunus eksporta iespējas. Tāpēc arī mēs pētām netradicionālākus tirgus – ne vairs tikai Eiropas valstis, bet arī BRIC bloka valstis, Ķīnu u.c.,» saka J. Jaunrodziņa.