

# Tirdzniecības misijas uz eksporta tirgiem



Viens no efektīvākajiem un ātrākajiem veidiem, kā iegūt papildu informāciju par potenciālo eksporta tirgu un atrast iespējamus sadarbības partnerus, ir doties tirdzniecības misijā uz izvēlēto valsti. Latvijas uzņēmējiem sadarbībā ar Eiropas Biznesa atbalsta tīklu (*Enterprise Europe Network - EEN*) ir iespējams jau iepriekš identificēt potenciālos sadarbības partnerus konkrētajā valstī, lai vēlāk ar tiem tiktos klātienē un pārrunātu interesējošos jautājumus.

Latvija EEN tīklam pievienojās 2008. gadā. Šajā projektā piedalās Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA) un Latvijas Tehnoloģiskais centrs (LTC), kas abas kopā veido vienu konsorciju - *EEN Latvija*. Eiropas Biznesa atbalsta tīkls ir neatsverams informācijas un atbalsta rīks ES uzņēmējiem, kas vēlas paplašināt savu darbību Eiropas Savienībā vai ārpus tās robežām. EEN tīkls aptver vairāk nekā 60 pasaules valstis, un tajā kopīgam darbam apvienotas aptuveni 600 partnerorganizāciju.

*EEN Latvija* sadarbībā ar LIAA regulāri organizē tirdzniecības misijas Latvijas uzņēmējiem uz dažādām pasaules valstīm – to starpā arī uz ASV, Ķīnu, Japānu u.c. Tirdzniecību misiju ietvaros tiek rūpīgi plānotas arī uzņēmēju kontaktbiržas (*brokerage events*), kuru laikā misijas dalībniekiem ir iespējams uzrunāt potenciālos sadarbības partnerus, prezentēt savu produktu un, iespējams, jau saņemt pirmos pasūtījumus. Kā liecina statistika, tad EEN tīkla starptautiskās kontaktbiržas katru gadu kopā apmeklē vidēji 70 000 organizāciju.

## IEGUVUMI NO DALĪBAS TIRDZniecības MISIJĀS

Svarīgākie tirdzniecības misijas mērķi ir tikšanās ar potenciālajiem sadarbības partneriem klātienē un eksporta tirgus labāka iepazīšana. Misijas ietvaros iespējams iegūt papildu informāciju gan par nozares cenām un tendencēm, gan novērtēt sava produkta pirktspēju un konkurētspēju konkrētajā tirgū. Bieži vien uzņēmēji izmanto dalību misijā, lai satiktos ar līdzīgiem savas nozares uzņēmumiem un pārrunātu iespējamo kopīgo dalību starptautiskos iepirkumos.

Informācija par aktuālajām tirdzniecības misijām un kontaktbiržām pieejama [EEN Latvija](#) un [LIAA](#) mājas lapās. Te iespējams noskaidrot gan uz kādām valstīm tās tiek organizētas, gan kādas nozares uzņēmumiem paredzētas un līdz kuram datumam jāpiesakās. Uzņēmējiem ieteicams pieteikties savlaicīgi, un pēc iespējas precīzāk aizpildīt pieteikuma anketu. Jo precīzāka būs aizpildītā anketa, jo vieglāk un ātrāk *EEN Latvija* speciālistiem būs iespējams identificēt un uzrunāt potenciālos sadarbības partnerus.

Katram tirdzniecības misijas dalībniekam tiek izveidota arī atsevišķa programma un sastādīts grafiks, kurā paredzētas tikšanās ar atlasītajiem kontaktiem. Eksistē arī kopīga programma visiem dalībniekiem, piemēram, tā var ietvert gan kopīgu nozares izstādes apmeklēšanu (vai arī dalību kopstendā), vizītes pie vietējiem ražotājiem un organizācijām utt. Svarīgi arī atcerēties, ka vietu skaits tirdzniecības misijās parasti ir ierobežots.

Uzņēmumiem, kas vēlas piedalīties misijā, ir jārēķinās ar savu pārstāvju komandējuma (transporta, naktsmītne, dienas nauda) izmaksu segšanu, kā arī ar viesnīcas un aviobiļešu rezervēšanu. Dalībnieki var pretendēt uz *de minimis* atbalstu 80% apmērā no tirdzniecības misijas dalības maksas un ceļa (transporta) izdevumiem. Plašāka informācija [LIAA mājas lapā](#).

## LINKEDIN PROFILS – UZŅĒMĒJA VIZĪTKARTE

**Egita Aizsilniece - Ibema, LIAA pārstāvniecības vadītāja Nīderlandē, dalās savos novērojumos un ieteikumos, kas varētu noderēt uzņēmējiem, pirms došanās tirdzniecības misijā uz Nīderlandi:** “Tirdzniecības misijas ir ļoti labs veids, kā iegūt jaunus kontaktus. Bieži tie ir kontakti, līdz kuriem uzņēmējs pats saviem spēkiem tik viegli netiktu. LIAA un *EEN Latvija* organizētās tirdzniecības misijas parasti tiek savienotas ar kādu konkrētā valstī vai reģionā aktuālu notikumu – nozares konferenci, izstādi utt. Taču galvenais ieguvums, ko parasti min arī paši uzņēmēji, ir jauni personīgie kontakti. Šādās pārrunās ar potenciālajiem sadarbības partneriem tiek uzdoti konkrēti jautājumi un saņemtas konkrētas atbildes, kas visnotaļ atvieglo dzīvi uzņēmējam.

Tirdzniecības misijas bieži ietver arī pieredzes apmaiņu, - kur vienas nozares uzņēmumi viesojas pie tās pašas nozares uzņēmumiem citā valstī. Tas ļauj iedvesmoties gan jaunām idejām un tehnoloģijām, gan atrast sadarbības partnerus kāda kopīga produkta izstrādei.

Svarīgākie “mājas darbi”, ar ko būtu, manuprāt, jārēķinās katram uzņēmējam, pirms došanās tirdzniecības misijās, noteikti ietver informācijas atjaunošanu un sakārtošanu uzņēmuma mājas lapā – angļu valodā. Mājas lapai nav jābūt sarežģītai vai dārgai, bet tādai, kas veiksmīgi atspoguļo uzņēmuma darbību, sniedz informāciju, piemēram, par esošajiem produktiem, to paraugiem, kā arī tajā iespējams iepazīties ar klientu atsauksmēm. Vajadzētu padomāt arī par izdales materiāliem angļu valodā, pie kā varētu, tā teikt, “piesiet dūšu” pārrunu laikā. Cik esmu novērojusi, tad tieši holandieši ļoti augstu vērtē arī klientu atsauksmes uzņēmuma *LinkedIn* profilā. Bieži vien *LinkedIn* saturs tiek pārbaudīts un apskatīts jau sarunas laikā, tādēļ arī par šī profila aktualizēšanu Latvijas uzņēmējiem vajadzētu padomāt.”

## UZŅĒMĒJA PIEREDZES STĀSTS

Viens no Latvijas uzņēmumiem, kas izmantojis *EEN Latvija* sniegtos konsultāciju pakalpojumus saistībā ar tirdzniecības misijām un ārvalstu sadarbības partneru piesaisti ir [SIA „Larifāns”](#). Uzņēmums nodarbojas ar pretvīrusa un imūnmodulējoša preparāta „*Larifan*” ražošanu.

**Alda Silkalne, uzņēmuma SIA „Larifāns” pārstāve, par sadarbību ar EEN Latvija un LIAA:** „Mūsu pēdējā tirdzniecības misija bija uz Vjetnamu, Indonēziju un Malaiziju. Ieguvām daudz jaunu kontaktu, ar kuriem šobrīd notiek aktīva sarakste par turpmāku iespējamo sadarbību. Ar uzrunātajiem kontaktiem no Vjetnamas paredzēts tikties klātienē arī novembrī un turpināt pārrunas.

Ieteikums citiem uzņēmējiem pirms došanās tirdzniecības misijā - noteikti papētīt tās valsts specifiku, piemēram, likumdošanu, birokrātijas sistēmu utt. Tas var lietot noderēt tālāk sarunās ar potenciālajiem sadarbības partneriem un paātrināt pārrunas. Jo, ja es prezentēju savu produktu pēc Eiropas Savienības likumdošanas standartiem, tad, piemēram, citā valstī tas var radīt apjukumu vai neizpratni, un nepieciešams ilgāks periods savstarpējai komunikācijai.

Par valodas zināšanām – esmu veiksmīgi arī ārpus ES iztikusi ar angļu valodu, un pārrunās valodas barjeras nekad nav bijis šķērslis.”

## NODERĪGA UN AKTUĀLA INFORMĀCIJA

**LIAA aktuālo pasākumu kalendārs** – par aktuālajiem semināriem, tirdzniecības misijām un starptautiskajām izstādēm.

*Raksta foto: Pixabay*

*Šis projekts tiek finansēts no Eiropas Savienības COSME programmas (2014 -2020) finansējuma līguma Nr. 649336 ietvaros.*

Publikācija tapusi  
sadarbībā ar

