**Nie ma się co oszukiwać, do założenia własnej firmy trzeba trochę odwagi. Choć to w praktyce nie takie trudne i do zrobienia bez wychodzenia z domu, wielu przyszłych przedsiębiorców musi przekroczyć granice, które ma w głowie. Kiedy jednak już biznes się kręci, często chcemy więcej. Z ciekawością patrzymy na zagraniczne rynki i rozglądamy się za potencjalnymi klientami. I właśnie o przekraczaniu**

**granic w biznesie porozmawiamy w „Biznes Podcast” z doktor Sabiną Klimek, adiunkt Szkoły Głównej Handlowej i konsulem w Konsulacie Generalnym w Stambule.**

**– Możliwość prowadzenia interesów w innych krajach jest jednym z dowodów na to, że w świecie biznesu nie ma granic, no i niemal wszystko jest możliwe. Tym bardziej warto się do tego dobrze przygotować. O czym powinniśmy pomyśleć i od czego zacząć?**

S.K. Przede wszystkim musimy zrobić analizę rynku, który chcemy zdobywać. Czyli sprawdzić, kto jest naszą konkurencją, ile ta konkurencja tak naprawdę zarabia, ile my możemy zarobić. Tak że taka dogłębna analiza rynku na początek odpowie nam na pytanie, czy rzeczywiście ten rynek, który chcemy zdobywać, jest rynkiem dla nas. Następny krok to dobra strategia wejścia. I ja zawsze polecam naszym firmom, żeby przede wszystkim przyjechały do kraju, który mają zamiar zdobywać i wybrali się na targi, na spotkania, na konferencje, zrobiły rekonesans, który potwierdzi nam, jak wygląda sytuacja na tym rynku, albo jak te nasze produkty, czy nasze usługi, mogą się sprzedawać. Zachęcam, żeby zacząć od targów. W każdym kraju są targi, które będą nas interesowały, czy to targi spożywcze, czy motoryzacyjne, czy kosmetyczne. Dzięki temu dowiemy się, co tam się dzieje, jak wygląda sytuacja po stronie kupujących, sprzedających, a przede wszystkim, jak wyglądają inne firmy, które są być może naszą konkurencją, a może są komplementarne dla naszego biznesu. Zazwyczaj nie udaje się wejście zagranicę tym firmom, które nie przemyślały sobie strategii wejścia. Naprawdę taki biznesplan wejścia jest kluczowy, ponieważ dzięki temu będziemy w stanie zweryfikować każdy krok, który robimy.

Kolejna rzecz, której nie unikniemy, bardzo często polskim firmom wydaje się, że na rynek zagraniczny jesteśmy w stanie wejść bezkosztowo. Chciałabym obalić ten mit, bo moim zdaniem coś takiego jest wręcz niewykonalne. Dlatego że nawet taka analiza rynku, czy wyjazd na targi, będzie dla nas oznaczał inwestycję. I potem będą pojawiały się kolejne koszty związane na przykład z otwarciem firmy, jeśli się na to zdecydujemy, czy kolejne koszty związane na przykład z zatrudnieniem człowieka w innym miejscu. Tak że musimy być przygotowani na to, że wejście na inny rynek będzie od nas wymagało nakładów finansowych. Chyba że po prostu będziemy na innym rynku tylko eksportować i to właśnie kupujący z innego kraju zwrócą się bezpośrednio do naszej fabryki, że są zainteresowani naszymi produktami.

Bardzo często zadawano mi pytanie: „No dobrze, ale jakiego rzędu jest to inwestycja?". To będzie zależne od tego, jak duży jest kraj, który chcemy zdobywać, jak daleki jest to kraj, jak drogi jest to kraj. Bo na inne koszty będziemy się musieli przygotowywać, jeśli będziemy chcieli na przykład wejść do Stanów Zjednoczonych, a inne koszty będą związane z poszukiwaniem nowych nabywców na rynkach europejskich. Co oczywiście będzie o wiele tańsze prawdopodobnie niż właśnie poszukiwanie kontrahentów w Stanach Zjednoczonych, ponieważ jest to odległość, ponieważ musimy tam pojechać, musimy zapłacić za bilet, hotel.

**– No tak, bez przygotowania może się okazać, że robiąc ten pierwszy krok na zagranicznym rynku, trafimy, krótko mówiąc, na skórkę od banana i skończy się niewesoło. A powiedz, proszę, jeżeli ja na przykład chcę otworzyć sklep w Belgii, no niech będzie, że z czekoladą, albo organizować wycieczki we francuskich Alpach, wiem na pewno, że będę przy tego typu biznesie dużo przebywała w kraju, w którym mam zamiar prowadzić interesy, czy ja zawsze muszę w takim wypadku otwierać firmę?**

**Kiedy warto o tym pomyśleć w ogóle?**

S.K. Tak na dobrą sprawę Unia Europejska bardzo ułatwia nam funkcjonowanie, ale musimy wziąć

pod uwagę, że w każdym kraju otwieranie firmy będzie miało zupełnie inną procedurę. Inaczej ta procedura będzie wyglądała w Niemczech, inaczej w Belgii, inaczej we Włoszech, inaczej w Polsce. Każdy kraj ma swoje prawo, ma swoje wymogi, jeśli chodzi o rachunkowość czy podatki. I wcale nie jest powiedziane, że my musimy w danym kraju zakładać działalność gospodarczą. Musimy ją założyć, jeśli faktycznie będziemy w danym kraju przebywać albo mieszkać, gdzie kluczowe działania związane z naszą działalnością będą się odbywały w danym miejscu. Bo jeśli jesteśmy na przykład biurem turystycznym, które będzie wysyłało tylko wycieczkowiczów, czy wczasowiczów na wycieczkę w Alpy, no to my wcale nie musimy mieć oddziału naszej firmy we Francji.

**– Zatrzymajmy się przy tym, proszę. A na jakich zasadach ja mogę współpracować z zagranicznym klientem, prowadzące działalność z Polski? Na przykład znalazłam klienta, powiedzmy w Niemczech,**

**który chce, żebym zorganizowała mu imprezę okolicznościową, ale tam na miejscu, w Niemczech. Czy ja mogę to zrobić, mając zarejestrowaną firmę w Polsce i tylko w Polsce?**

S.K. Nie ma żadnych przeciwwskazań, żebyśmy świadczyli tego typu usługi, mając firmę tylko i wyłącznie w Polsce. Wiele firm właśnie tak funkcjonuje zresztą. Dzisiaj coraz bardziej popularne

są firmy IT, firmy księgowe, które działają w Polsce, a współpracują z zagranicznymi podmiotami.

**– To się tak ładnie nazywa „usługi transgraniczne”.**

S.K. Tak, usługi transgraniczne i usługi globalne. Część firm, które powstały w latach dwutysięcznych i później, to są firmy, które z założenia powstały od razu jako tak zwany „born global”, czyli to są często firmy małe i średnie, które od razu miały założenie, że będą świadczyły swoje usługi dla podmiotów z całego świata. Inaczej sprawa wygląda, jeśli widzimy, że nasi klienci wolą mieć partnera w danym kraju. Z czymś takim możemy się na przykład spotkać w Stanach Zjednoczonych i ja wielokrotnie byłam świadkiem tego, że eksperci polecali, by założyć swój oddział, mieć numer telefonu amerykański, email i adres w Stanach, bo wtedy jesteśmy bardziej wiarygodnym partnerem dla klientów ze Stanów Zjednoczonych, mają większe zaufanie do takiej firmy, wiedzą, że zawsze mogą zadzwonić.

**– Bardziej swoi jesteśmy po prostu.**

S.K. Tak, ale też zawsze jest kontakt, zawsze można tam pojechać, spotkać się, czy zadzwonić. Na dobrą sprawę w każdym kraju jest inne prawodawstwo i w każdym kraju będą inne przepisy, jeśli chodzi o regulowanie czy to spraw księgowych, czy to spraw prawnych. Zawsze polecam współpracę z ekspertami. I myślę, że nie warto na tym oszczędzać, bo takie pozorne oszczędności na samym początku otwierania firmy zagranicą mogą nas bardzo dużo kosztować. Więc jeśli już zdecydujemy się otworzyć spółkę, firmę w innym kraju, to współpracujmy z ekspertami, z prawnikami, z księgowymi.

Sami skupmy się na tym, co jest tym naszym clue produkcyjnym, skupmy się na tych najważniejszych dla nas rzeczach i tym, na czym się znamy. A właśnie kwestie związane z otwieraniem firmy, spółki, z księgowością, oddajmy ekspertom.

**– No tak, tam, gdzie możemy na pewno warto minimalizować ryzyko, a z pewnością współpraca**

**z ekspertem w tym pomoże. A powiedz, proszę, jak wygląda proces rejestracji firmy? Firmy albo oddziału zagranicą. Ile to trwa? Czy zawsze jest konieczne? Ten podcast nazywa się „Biznes Podcast, czyli jak prowadzić firmę online”, więc to po prostu musi się dać zrobić właśnie online.**

S.K. Dzisiaj, w świecie Internetu, który doświadczył pandemii, coraz bardziej wszystkie sprawy

są załatwiane właśnie online, w związku z tym, również i firmę możemy spokojnie założyć online. I prawdopodobnie w każdym kraju rozwiniętym, nie będzie z tym żadnego problemu. Jeśli chodzi o Unię Europejską, no tutaj każdy kraj ma swoje rozwiązania. Również w Polsce przecież jesteśmy w stanie wiele kwestii rozwiązać właśnie działając przy pomocy Internetu. To samo dotyczy innych krajów europejskich, ale również Stanów Zjednoczonych. Czyli nawet bez jechania do Stanów, jesteśmy w stanie założyć tam firmę. Jesteśmy w stanie wynająć prawnika, który w naszym imieniu założy firmę i zorganizuje wszystkie potrzebne kwestie czy księgowego, który nam poprowadzi księgowość. Myślę, że 90 proc. wszystkich usług, rzeczy i rejestracji związanych z zakładaniem firmy jesteśmy w stanie załatwić online. Oczywiście będą pewne szczegóły takie, jak na przykład zakładanie konta bankowego, gdzie być może będziemy musieli pojawić się osobiście, ale są to już kwestie dodatkowe, nie te związane z samym zakładaniem firmy. Pytałaś, jak długom to trwa. To są bardzo szybkie procesy. Zakładanie jednoosobowej działalności to zazwyczaj 1-2 dni. Chyba że chcemy założyć bardziej skomplikowaną strukturę, czyli nie jednoosobową działalność gospodarczą, albo taką podstawową małą firmę, tylko przygotowujemy się do otwarcia na przykład spółki akcyjnej czy spółki z o.o.

**– Tutaj warto dodać, że łatwo znaleźć stronę urzędu, który w danym kraju za to odpowiada.**

**i to jest chyba dobry pierwszy krok, zacząć od tak zwanego „punktu kontaktowego”, który działa w każdym kraju Unii Europejskiej. Listę tych punktów kontaktowych można znaleźć na Biznes.gov.pl.**

**A powiedz, proszę, co jeśli w kraju, w którym chcę działać, są jakieś specjalne wymagania dotyczące kwalifikacji? Na przykład mam firmę budowlaną i chcę wykonywać zlecenia w innym kraju, albo chcę świadczyć usługi pielęgniarskie w jeszcze innym kraju. Czy ja muszę spełnić wymagania dotyczące kwalifikacji określone w tych konkretnych krajach?**

S.K. Zgadza się. I przed tym nie uciekniemy. Będziemy musieli albo nostryfikować dyplom, albo przetłumaczyć. Wiele dyplomów czy wiele certyfikatów, które uzyskaliśmy w naszym kraju, będzie respektowanych w innych krajach Unii Europejskiej. Mogą być nawet respektowane w krajach spoza Unii, ale może się też okazać, że będziemy musieli dorabiać dodatkowe certyfikaty, tudzież będziemy musieli pomyśleć o jakichś dodatkowych uprawnieniach. Natomiast przy takich działalnościach, jak na przykład firma budowlana czy usługi różnego rodzaju, pewnie będziemy musieli być również dobrze ubezpieczeni. Tym bardziej, że na przykład w przypadku firm budowlanych, wiąże się to ze sporym ryzykiem, ryzykiem wypadku. I tutaj znowu powołam się na Stany Zjednoczone, gdzie kwestia ubezpieczeń jest niewiarygodnie ważna. Państwo pewnie wielokrotnie słyszeliście o ogromnych odszkodowaniach, które można było wyciągnąć w związku z różnego rodzaju wypadkami, więc na takie przypadki my zawsze musimy być jako eksporterzy, czyli jako firma, która wchodzi na dany rynek, przygotowani.

**– Wspomniałaś o Stanach Zjednoczonych, intuicja mi podpowiada, że jednak większość polskich**

**przedsiębiorców, którzy chcą wyjść na zagraniczne rynki, najczęściej myśli o tym bliższym nam terytorium, czyli o krajach Unii Europejskiej, ale właśnie co, jeśli znajdziemy klienta w kraju spoza Unii? Jest dużo trudniej z nim współpracować niż z tym klientem w Unii?**

S.K. Wcale nie musi być dużo trudniej i wcale ta współpraca nie musi być bardziej skomplikowana i uciążliwa. Natomiast znowu będziemy mieli do czynienia po prostu z zupełnie innym prawodawstwem. Cały czas wspominam te Stany Zjednoczone… Założyć firmę w Stanach jest bardzo łatwo. Zakładam, że łatwiej niż w wielu krajach Unii Europejskiej. Również łatwiej jest zamknąć firmę w Stanach Zjednoczonych niż pewnie w wielu krajach Unii. Prowadzenie firmy i księgowość, i tak dalej,

podejrzewam, że również będą mniej kosztowne. Więc to, że na przykład chcemy działać w kraju trzecim, wcale nie oznacza, że będzie to trudniejsze. Może być trudniejsze ze względu na dojazd. Jednak dalej mamy do Stanów Zjednoczonych niż na przykład do Niemiec. Same procedury

wcale nie będą trudniejsze i bardziej kosztowne, a wręcz mogą okazać się dużo tańsze.

**– A podsumowując, powiedz proszę, bo masz kontakt z wieloma przedsiębiorcami, którzy się odważyli, spróbowali sił na innych niż polski rynkach, także właśnie za oceanem, co oni mówią? Jakie są ich doświadczenia? Było łatwiej niż się spodziewali, trudniej?**

S.K. Jak ktoś już zaczął, to zaczął i się rozwija. Po rozmowach, spotkaniach, analizie wielu przypadków firm, którym się udało, mogę powiedzieć, że udaje się tym, którzy są dobrze do tego przygotowani. Tym, którzy mają odpowiednią strategię, którzy sprawdzili, którzy zainwestowali. Zazwyczaj te success story, to są te historie, gdzie właściciel był świadom tego, co chce osiągnąć, zainwestował w odpowiednich ludzi i stworzył odpowiednią strukturę. To, co się nie udaje, to często takie działanie ad hoc, bez przygotowanego w głowie planu, który miałby ręce i nogi. Widziałam wiele porażek, gdzie ktoś komuś coś obiecał, gdzie ktoś obiecał, że coś tutaj sprzeda, że ma sprzedawcę, że ma kupca…. Brak konsekwencji, brak przygotowania bardzo często źle się kończy dla polskich przedsiębiorców. Tak że jeszcze raz – strategia, strategia i strategia, przygotowanie i inwestycja, bo jednak działanie na innym rynku, to jest inwestycja, ale inwestycja, która może być dla nas bardzo, bardzo opłacalna. W Ameryce mamy 320 milionów mieszkańców, Unia Europejska to jest ponad 400 milionów mieszkańców, to są ogromne rynki, na których warto być i na których warto działać. Ale jeszcze raz powtórzę, nie da się na te rynki wejść bezkosztowo. Zawsze będzie to inwestycja związana chociażby z udziałem w targach, do których zawsze bardzo serdecznie wszystkich zachęcam, bo najłatwiej znajdziemy potencjalnych kupców, potencjalne osoby zainteresowane naszymi produktami, właśnie na targach. Korzystajmy z tego. Tym bardziej, że dzisiaj mamy wiele rodzajów pomocy związanej właśnie z udziałem w targach dla polskich firm. Sprawdzajmy różne inne rynki, ponieważ może się okazać, że dla naszego produktu na przykład to nie Stany a Bliski Wschód jest bardzo interesujący. Okazuje się, że nasze polskie słodycze fantastycznie sprzedają się właśnie na Bliskim Wschodzie, w takich krajach jak Arabia Saudyjska, Jemen, Emiraty Arabskie. Tam jadą tony krówek! Więc czasami może się okazać, że ten rynek dla

**– Krótko mówiąc, w biznesie jest możliwy bajkowy sukces, pod warunkiem, że się do niego dobrze przygotujesz. Bardzo dziękuję. Gościem „Biznes Podcast” była doktor Sabina Klimek, adiunkt Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, ekspert do spraw dyplomacji gospodarczej i konsul w Konsulacie Generalnym w Stambule.**

**Chcesz być niezależny i zarabiać na własne nazwisko, ale czy zawsze musisz rejestrować firmę?**

**Działalność nierejestrowa, co oznacza, kiedy można ją prowadzić? To nasz kolejny temat. Do usłyszenia w Biznes Podcast.**