

Portal Województwa Lubuskiego



Rozwój gospodarczy w wymiarze globalnym



Kategoria - Archiwum

Data publikacji -21 kwietnia 2013 godz. 17:43

Panelem warsztatowo-szkoleniowym rozpoczął się program polskiej delegacji, która przybyła do Chicago na Polish American Congress i II Polish American Business Workshop. Piotr Salek, prezes firmy Expert Global Consulting zaprezentował metody kreowania polskich ofert biznesowych. W dyskusji wzięli udział marszałek Elżbieta Polak i przewodniczący sejmiku Tomasz Możejko, a także m.in. Robert Barski - dyrektor Akademickiego Inkubatora Przedsiębiorczości, Leszek Świątek z firmy Europe Now z Toronto oraz przedstawiciele Zachodniopomorskiej Agencji Rozwoju Regionu S.A.

Prezes Expert Global Consulting szczegółowo przedstawił wymagania, jakie stoją przed polskimi przedsiębiorcami, którzy przygotowują oferty handlowe kierowane na rynek amerykański, żeby zdobyć rynek zbytu na produkty polskie. Szykując ofertę trzeba dokładnie zorientować się, co dzieje się na rynkach kapitałowych świata. Stany Zjednoczone są najbardziej stabilnym partnerem biznesowym, dlatego polska firma musi przede wszystkim w swojej propozycji przekonać potencjalnego inwestora amerykańskiego, że Polska jest atrakcyjnym miejscem do ulokowania obcego kapitału.

[Zobacz prezentację](#)

- Naszym największym minusem jest brak umiejętności zawierania partnerstw. Nadal jest za mało partnerstw w sektorze prywatno-publicznym. Nie ma kapitału, ponieważ nie ma porozumienia - powiedziała marszałek Elżbieta Polak podczas dyskusji na temat polskich możliwości pozyskiwania rodzimego i amerykańskiego kapitału.

Piotr Salek, który od wielu lat mieszka i pracuje w USA, przekonywał, że w oczach zagranicznego inwestora nie tylko samo przedsięwzięcie ma być atrakcyjne, ale przede wszystkim tak musi on postrzegać nasz kraj - jako wyjątkowe i ważne miejsce na mapie Europy. Amerykanie w kwestiach handlowych nie operują ogółami - w ofertach szukają konkretnych liczb. Dlatego propozycje handlowe muszą być precyzyjne, bez pustych frazesów. Musimy przewidzieć i być przygotowani na to, że inwestor ze Stanów Zjednoczonych najpierw zada sobie pytania:

- które kraje w Europie otrzymują najwięcej zagranicznego kapitału?
- z jakich krajów europejskich inwestorzy wycofali się w ostatnich latach i dlaczego?
- kto radzi sobie najlepiej i zwiększył przyływ kapitału?

Amerykanie wyciągają wnioski z analizy danych dotyczących inwestycji, w tym z inwestycji pochodzących z Unii Europejskiej. Genezą alokacji kapitałów są nie tylko czynniki ekonomiczne. - Polska ma fantastycznych ludzi, pomysły i system - mówił prezes Expert Global Consulting - ale trzeba to jeszcze odpowiednio zaprezentować. Nasza oferta musi przede wszystkim udowodnić atrakcyjność kapitałową. Piotr Salek zwrócił uwagę na to, że Polacy często traktują oferty biznesowe jak wnioski do Unii Europejskiej - i na tym polega błąd. Samorządy starające się o fundusze unijne, muszą przekonać we wniosku, że ich projekt ma sens - nie ma potrzeby, aby komukolwiek udowadniać, że inwestycje na terenie krajów Unii są potrzebne. Przygotowując propozycje dla biznesmenów zza oceanu, zwykle zapominamy wytłumaczyć w ofercie, dlaczego akurat ta inwestycja powinna być ulokowana w Polsce. Amerykański inwestor nie szuka pięknego i zgrabnego opisu polskiego rynku, ale precyzyjnych liczb skonfrontowanych z danymi ekonomicznymi innych krajów.