

USTALENIE ŹRÓDEŁ INFORMACJI. ZDOBYCIE INFORMACJI

Paulina Bednarz

KROK 7

Po dokonaniu analizy posiadanych informacji i ustaleniu luk informacyjnych należy przystąpić do poszukiwania źródeł, z których możemy zdobyć niezbędne dane. Źródłami poszukiwanych informacji mogą być bogate źródła internetowe, informacje udostępniane przez instytucje publiczne oraz komercyjne agencje doradztwa, instytuty, instytucje wsparcia biznesu, ośrodki badań, liderów danej branży itp.

Dyrektor angielskiej firmy szkoleniowej Bladonmore, Richard Rivlin, w jednym z wywiadów opowiedział o swoich doświadczeniach w poszukiwaniu informacji. „Jak większość przedsiębiorstw rozpoczynających działalność potrzebowaliśmy jasnego określenia naszego rynku docelowego, nie mając przy tym nieograniczonych środków na zlecenie tego zadania komuś innemu. Wykonanie tego badania we własnym zakresie jest tanie w sensie finansowym – ale trzeba zainwestować czas, jeśli chce się coś osiągnąć. (...) Podczas mojego badania starałem się uniknąć nadmiernego analizowania danych. Nie możesz bezpośrednio odnosić takich informacji do swojej sytuacji, myśląc, że dokonałeś czegoś konstruktywnego. Musisz odpowiednio wykorzystać zdobyte informacje, aby rozwinąć swoją firmę. Dokładne określenie celów jest bardzo pomocne. Chciałem pozyskać informacje na temat wielkości rynku w mojej branży, wyciągnąć nauki z sukcesów i porażek konkurentów, aby zrozumieć, czego potrzebują potencjalni klienci. Skupiłem się na informacjach z wiarygodnych źródeł i na ich podstawie sformułowałem biznesplan. W późniejszym etapie wykorzystałem te dane w materiałach marketingowych firm. (...). Badanie rynku to nie tylko przeczytanie okazjonalnego raportu z danej dziedziny. To proces ciągły, dzięki któremu jesteś na bieżąco z sytuacją na rynku, Twoimi konkurentami i klientami. Jednym z najlepszych źródeł wiedzy w zakresie badania rynku są gazety. Codziennie możemy znaleźć w gazetach coś, co dotyczy naszego biznesu. (...) Jeśli rozpoczynałbym swoją działalność ponownie, skorzystałbym od razu z wiedzy udostępnianej przez najlepsze firmy konsultingowe, takie jak Ernst & Young czy McKinsey. Być może nie stać Cię na ich usługi badawcze, ale ich publikacje dostępne na stronach internetowych są niezmiernie pomocne dla mniejszych firm.”

Źródło: Wykorzystanie badań rynku na przykładzie firmy szkoleniowej Bladonmore, www.eksportuj.pl

PODSTAWOWE ŹRÓDŁA INFORMACJI UŻYTECZNE POLSKIM EKSPORTEROM MSP KORZYSTAJĄCYM Z OCHRONY WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

Źródła informacji	Rodzaje źródeł	Zakres informacji
 <p>ŹRÓDŁA ZDALNE</p>	Przeglądarki internetowe, portale poświęcone eksportowi, portale branżowe, portale, bazy danych statystycznych, bazy patentowe	Informacje o rynkach, rozwoju branży, dane gospodarcze, statystyki rynkowe, informacje o innowacjach i ochronie IP, itp.
 <p>PUBLICZNE ŹRÓDŁA INSTYTUCJONALNE</p>	Ministerstwa, ambasady i ich jednostki, PARP, PAIIZ, administracja lokalna	Informacje o rynkach, programach pomocowych, możliwej do uzyskania pomocy w zakresie eksportu, itp.
 <p>ŹRÓDŁA KOMERCYJNE</p>	Organizacje otoczenia biznesu, agencje konsultingowe i doradztwa, kancelarie prawne	Informacje o rynku, wydarzeniach branżowych, targach, misjach, przepisach prawa; raporty rynkowe, itp.

7.1. CHARAKTERYSTYKA ŹRÓDEŁ ZDALNYCH

Poszukiwanie informacji w sieci internetowej jest najtańszym sposobem pozyskania niezbędnych danych. Taka forma wymaga jednak poświęcenia wiele czasu i zaangażowania. Zasoby internetowe są przepastną skarbnicą wiedzy, która właściwie wykorzystana, pomaga w konstruowaniu celów działalności i podejmowaniu właściwych działań na rynkach międzynarodowych. Korzystając ze źródeł internetowych należy zawsze pamiętać, że nie wszystkie zamieszczone informacje są wiarygodne i aktualne. Dlatego zawsze należy zwracać uwagę na datę publikacji opracowań czy artykułów oraz zebrać możliwie wiele informacji z danego zakresu, tak by móc wyeliminować źródła mało wiarygodne. R. Rivlin podkreśla „Przez trzy miesiące prowadziłem poszukiwania danych przez Internet. Jeśli zajmiesz się tym skrupulatnie i cierpliwie, można znaleźć **niewiarygodną ilość wartościowych informacji za darmo**, włącznie z analizami rynku i opracowaniami eksperckimi. Witryny firm doradczych, instytucji wsparcia biznesu oraz firm będących liderami w danej branży są dobrym miejscem do rozpoczęcia badania rynku”.¹

Najprostszym narzędziem poszukiwań w Internecie są przeglądarki internetowe typu: google.com, yahoo.com, onet.pl, wp.pl, interia.pl. Poszukiwanie informacji w sieci przypomina swoistego rodzaju domino. Punktem wyjścia jest ustalenie kluczowych zakresów i wyrażeń, za pomocą których będziemy szukać informacji. Znajdując kolejne informacje odkrywamy kolejne „punkty zaczepienia” – nowe zakresy poszukiwań, odwołania do nowych stron, wywiadów czy opracowań. Znajdując kolejne dane warto je więc segregować w odniesieniu do poszczególnych zakresów poszukiwań oraz natury informacji – dane statystyczne, informacje ogólne, wyniki badań, wywiady, a w nich doświadczenia innych przedsiębiorstw, itd.

Niezwykle przydatnym źródłem informacji są także strony internetowe pism branżowych z danego kraju. Oprócz bieżących informacji z branży można tam znaleźć wiele ciekawych komentarzy i opinii dotyczących funkcjonowania na danym rynku.

Jednym z bardzo atrakcyjnych i przydatnych małym i średnim eksporterom portali internetowych jest Portal Promocji Eksportu dostępny pod adresami www.eksporter.gov.pl, www.exporter.gov.pl, www.polishproducts.gov.pl. Celem portalu jest prezentacja informacji gospodarczych istotnych dla polskiego eksportu, w tym integracja różnych zasobów internetowych; umożliwienie polskim eksporterom bezpłatnego dostępu do aktualnych informacji o rynkach zagranicznych, promocję polskiego eksportu oraz ułatwienie nawiązania kontaktów handlowych. Na portalu mali i średni eksporterzy znajdą szero-

¹ Wykorzystanie badań rynku na przykładzie firmy szkoleniowej Bladonmore, www.eksportuj.pl



kie informacje makroekonomiczne o rynkach zagranicznych, regulacjach prawno-ekonomicznych oraz formach wspierania eksportu w danym kraju. Eksporterzy mają także możliwość zamieszczenia swoich informacji ofertowych oraz przeglądu zapytań ofertowych firm zagranicznych. Informacje zamieszczone w portalu można wygodnie i szybko wyszukać, korzystając z zaawansowanych możliwości szukania według rynku, kategorii, branż i słów kluczowych. Dane zawarte w portalu są wiarygodnym źródłem informacji, gdyż oparte są na raportach i zagranicznych zapytaniach ofertowych przekazywanych przez Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji polskich ambasad i konsulatów generalnych oraz informacji przekazywanych przez polskie Ministerstwo Gospodarki i inne instytucje publiczne.

Przedsiębiorcy chcący poszerzyć swą wiedzę ogólną i specjalistyczną o procesach rynkowych na świecie i specyfice danego kraju powinni odwiedzić także portal www.eksportuj.pl. Znaleźć tam można ciekawe artykuły o rynkach światowych, aktualności eksportowe i szereg przydatnych informacji dla przyszłych eksporterów. Dzięki prostej wyszukiwarce można szybko znaleźć publikacje dotyczące interesującego nas rynku oraz branży.

Godną polecenia jest także strona www.poland-export.pl oferująca szerokie wsparcie przyszłym eksporterom. W portalu można znaleźć oferty polskich i zagranicznych firm w zakresie wsparcia procesu eksportu, m.in. logistyki, porad prawnych, biur rachunkowych, banków, biur tłumaczeń, spedycji i wielu innych. Informacje o ofertach polskich i zagranicznych firm można wyszukać według branż, nazw firm i słów kluczowych. Dużym plusem portalu jest bardzo duża baza partnerów na świecie, w której znaleźć można informacje o wszelkiego rodzaju zrzeszeniach, grupach handlowych, portalach dedykowanych danemu krajowi lub branży, sieciach B2B na świecie. Można tu znaleźć kontakt do organizacji pomagających w nawiązaniu kontaktów na całym świecie w każdej branży.

Innowacyjni eksporterzy powinni także na bieżąco śledzić polskie i międzynarodowe bazy patentowe takie jak: Urząd Patentowy RP – www.uprp.pl, European Patent Office – www.european-patent-office.org. Na stronach tych znaleźć można szczegółowe informacje dotyczące procedur patentowych, zgłoszeń ochrony własności intelektualnej, bazy patentowe, rejestry rzeczników patentowych oraz szeroki wachlarz informacji o prawodawstwie i aktualnych wydarzeniach związanych z działalnością innowacyjną. Poprzez strony internetowe przedsiębiorcy mogą ponadto dokonać zgłoszenia wynalazków, znaków towarowych i wzorów przemysłowych.

Przedsiębiorcy mogą także skorzystać z informacji zawartych na portalach instytucji i organizacji międzynarodowych (amerykańskich i brytyjskich) dostępnych w języku angielskim. Przegląd najważniejszych z tych portali znajduje się w poniższej tabeli.



Nazwa instytucji lub organizacja	Źródło internetowe	Zakres dostępnych informacji i ich przydatność
Export Entreprises SA, Francja	www.exportnavigator.com	Na portalu istnieje możliwość wyszukania raportów i krótkich informacji poprzez określenie słowa kluczowego i interesującego nas rynku.
RBA (Rhodes-Blakeman Associates), Wielka Brytania	http://www.rba.co.uk/sources/mr.htm	Strona zawiera informacje o różnorodnych źródłach informacji przydatnych eksporterom. Na portalu znaleźć można informacje o instytucjach zajmujących się badaniem rynków, linki do gotowych raportów i publikacji z tego zakresu, odnośniki do danych statystycznych, itp.
Doing Business, Wielka Brytania	http://www.doingbusiness.org/	Portal zawiera szereg niezwykle przydatnych informacji i raportów opracowanych na badaniach własnych przyjazności poszczególnych krajów do prowadzenia w nich biznesu. Możliwy jest przegląd zawartości portalu w oparciu o wybrane tematy i kryteria np. rozpoczynanie działalności, zatrudnianie pracowników, płacenie podatków, pozyskiwanie finansowania.
International Finance Corporation, Stany Zjednoczone	http://www.ifc.org/ifcext/fias.nsf/Content/FIAS_Resources_Country_Reports	Na portalu przedsiębiorcy mogą znaleźć szereg ciekawych informacji na temat zasad prowadzenia biznesu w poszczególnych krajach i regionach. Dostępne są także szczegółowe raporty rynkowe posegregowane według krajów.
Departament Handlu Stanów Zjednoczonych Ameryki	http://www.buyusainfo.net/	Na stronach dostępne są raporty rynkowe opracowane przez departament z możliwościami wyszukiwania poprzez branże, produkty, kraje i słowa kluczowe, a także informacje dotyczące bieżących sytuacji w różnych branżach. Na stronie znaleźć można ponadto przydatne porady jak rozwiązywać różnorodne problemy związane z eksportem międzynarodowym.

7.2. CHARAKTERYSTYKA PUBLICZNYCH ŹRÓDEŁ INSTYTUCJONALNYCH

W Polsce istnieje szereg instytucji, których zadaniem jest wsparcie, rozwój i promocja działalności eksportowej. Poniżej przedstawiono główne cele instytucji publicznych (szczegółowo wymienionych w punkcie 7.5) w zakresie informacyjnych działań proeksportowych.

DZIAŁANIA PROEKSPORTOWE INSTYTUCJI PUBLICZNYCH:

- określanie założeń, celów i kierunków polityki proeksportowej państwa,
- określanie i wdrażanie narzędzi i instrumentów wspierających działania eksportowe,
- tworzenie warunków do trwałego i długookresowego rozwoju eksportu,
- promocja polskiej gospodarki za granicą,
- wsparcie promocyjno-informacyjne polskiego eksportu,
- zapewnienie spójności różnorodnych działań na rzecz rozwoju polskiego eksportu, determinującej ich skuteczność,
- wspieranie rozwoju eksportu, m.in. przez: udzielanie przedsiębiorcom wsparcia finansowego, współpracę z innymi instytucjami udzielającymi wsparcia finansowego polskim eksporterom, szkolenie przedsiębiorców, prowadzenie analiz rynków zagranicznych, inicjowanie współpracy między przedsiębiorcami a partnerami zagranicznymi, monitorowanie polskiego eksportu oraz sytuacji polskich eksporterów oraz bieżącą współpracę z instytucjami i organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców w tym także przedsiębiorców zagranicznych.

Zadaniem instytucji publicznych jest więc prowadzenie polityki promocyjno-informacyjnej oraz budowanie instrumentów wspierających polskie przedsiębiorstwa, szczególnie małe i średnie. W ramach realizacji tego celu instytucje oferują polskim MSP wsparcie działań o charakterze promocyjnym (np. dofinansowanie projektów o charakterze promocyjnym, wydawnictw, certyfikatów) oraz informacyjnym (informacje gospodarcze na temat rynków zagranicznych, potencjalnych kontrahentów, doradztwo). Dodatkowo, dzięki zwiększającym się możliwościom wykorzystania funduszy unijnych, rośnie skala finansowania instrumentów promocyjnych wspierania eksportu. Obecnie w zakresie działań informacyjno-promocyjnych instytucji publicznych polscy przedsiębiorcy mogą uzyskać między innymi wsparcie w zakresie:

DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE INSTYTUCJI PUBLICZNYCH:

- dofinansowanie udziału w zagranicznych targach, wystawach i misjach gospodarczych
- dofinansowanie projektów promocyjnych dotyczących eksportu;
- pomoc w organizacji przedsięwzięć promocyjnych i wspierających eksport (wydawnictwa, seminaria, konferencje itp.);
- dotacje na dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatu wyrobu wymaganego na rynkach zagranicznych;
- wsparcie informacyjno-promocyjne ze strony wydziałów promocji handlu i inwestycji (WPHil), ambasad i konsulatów polskich za granicą oraz regionalnych ośrodków rozwoju i promocji eksportu;

Przedsiębiorcy chcący rozwinąć działalność eksportową mogą także korzystać z oferty Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, jednostki naukowo-badawczej, której organem założycielskim jest Ministerstwo Gospodarki. Instytut prowadzi badania między innymi, z zakresu stanu i zmian koniunktury światowej, kształtowania się międzynarodowej konkurencyjności, ewolucji zewnętrznych uwarunkowań. Instytut prowadzi także regularny monitoring sytuacji ekonomiczno-finansowej polskiego sektora eksportowego oraz analizuje pozycje firm sektora MSP w polskim handlu zagranicznym. Jednym z celów działania Instytutu jest wsparcie informacyjne polskich przedsiębiorców poprzez publikację wyników badań i analiz, a także funkcjonowanie Centrum Informacji Rynkowej Handlu Zagranicznego. Instytut będzie

także prowadził stronę internetową www.handel.ue.pl, która z założenia ma być portalem z „informacją o informacji”, wskazującym przedsiębiorcom gdzie mogą znaleźć informacje związane z eksportem (przewidziane uruchomienie strony – kwiecień 2010 r.).

Instytucje publiczne są także ogromnym źródłem danych statystycznych i raportów wspomagających projektowanie działań innowacyjnych firm. Sięgając do baz i raportów statystycznych przedsiębiorcy mogą znaleźć informację na temat rynków międzynarodowych, koniunktur gospodarczych, informacje o rynku pracy, zachowaniach konsumenckich i wielu innych. Głównym polskojęzycznym źródłem informacji jest Główny Urząd Statystyczny, na którego stronie – www.stat.gov.pl – można znaleźć wszystkie publikowane raporty i badania statystyczne dotyczące zagranicznych rynków. Natomiast informacje statystyczne o rynkach międzynarodowych (głównie w języku angielskim) znaleźć można na stronach internetowych EUROSTATU – www.epp.eurostat.ec.europa.eu oraz Światowej Organizacji Handlu (World Trade Organisation) – www.wto.org.

7.3. CHARAKTERYSTYKA ŹRÓDEŁ KOMERCYJNYCH

Przedsiębiorcy poszukujący informacji o rynkach zagranicznych i procedurach eksportowych mogą skorzystać z szerokiej oferty komercyjnej instytucji i organizacji biznesu, których celem jest wspieranie i działanie na rzecz polskich eksporterów.

Ważną formą poszerzania wiedzy i zdobywania nowych informacji o rynkach zagranicznych jest członkostwo w izbach gospodarczych, handlowych i branżowych oraz stowarzyszeniach eksporterów danych branż. Uczestnictwo w tych formach niesie za sobą wiele korzyści nie tylko informacyjnych. Przedsiębiorcy zrzeszeni w takich organizacjach mają możliwość uczestniczenia w konsultacjach legislacyjnych i pracach organów parlamentarnych. Ponadto mogą zdobywać informacje ze swojej branży i danych rynków dzięki uczestnictwu w dedykowanych imprezach, misjach i wyjazdach studyjnych, a ponadto otrzymują dostęp do bieżących informacji o rynkach zagranicznych. Izby i stowarzyszenia utrzymują stałe kontakty z polskimi ambasadami, a dzięki temu otrzymują informacje o gospodarczych potrzebach danych krajów, wymianie handlowej, strukturze rynków i potrzebach eksportowych. Dzięki kontaktom z przedstawicielami zagranicznych organizacji wspierających współpracę międzynarodową mają możliwość organizowania misji gospodarczych i indywidualnych rozmów bilateralnych. Taka forma pozyskiwania informacji jest szczególnie ważna dla początkujących eksporterów. W trakcie misji wyjazdowych i indywidualnych spotkań mogą oni uzyskać wszelkie informacje „u źródła” i znaleźć odpowiedzi na wszystkie pytania związane z danym rynkiem. Zaletą takich form jest możliwość bezpośredniego kontaktu i nawiązania bliższych relacji z potencjalnymi kontrahentami.

Efektywnym źródłem informacji i promocji są także międzynarodowe konferencje i imprezy wystawiennicze. Informacje o planowanych wydarzeniach można znaleźć na stronach izb branżowych, Krajowej Izby Gospodarczej www.kig.pl oraz stronach internetowych organizacji wspierających polski eksport i działalność innowacyjną (opisane w niniejszym rozdziale).

Przyszli eksporterzy mogą także skorzystać z szerokiej oferty firm doradczo-konsultingowych i kancelarii prawnych, które zapewniają wsparcie we wszystkich procesach eksportowych. Warto pamiętać, aby przed wyborem konkretnej firmy sprawdzić jej rekomendacje i skontaktować się z dotychczasowymi jej klientami. Wybierając firmę doradczo-konsultingową należy przeanalizować jej dotychczasowe doświadczenie w danej branży i na konkretnym rynku. Analizując ofertę kancelarii prawnej należy natomiast zwrócić szczególną uwagę na kompetencje z zakresu ochrony własności intelektualnej na interesującym nas rynku, a więc znajomości procedur i wymagań prawnych danego kraju. W obu przypadkach warto zwrócić uwagę na powiązania międzynarodowe agencji i kancelarii, tj. istniejące filie lub partnerów zagranicznych, gdyż to właśnie powiązania międzynarodowe zapewniają wiarygodne i aktualne informacje rynkowe.



NAJWAŻNIEJSZE ELEMENTY OFERT AGENCJI KONSULTINGOWYCH I DORADZTWA:

- opracowanie analizy rynku i konkurencji
- opracowanie strategii wprowadzania i pozycjonowania firm na rynku
- poszukiwanie partnerów strategicznych, inwestorów i kontrahentów
- budowa strategii marketingowej
- badanie rynku
- przeprowadzenie analizy preferencji konsumentów, dokonanie segmentacji klientów
- badanie świadomości marki
- przeprowadzenie audytu marketingowego (porównanie z działaniami firm konkurencyjnych)

Na stronie <http://www.poland-export.pl/exporters/> można znaleźć listę sprawdzonych kancelarii prawnych i agencji doradztwa dla przedsiębiorców.

AGENCJE DORADZTWA, BADAŃ RYNKU I KONSULTINGU:

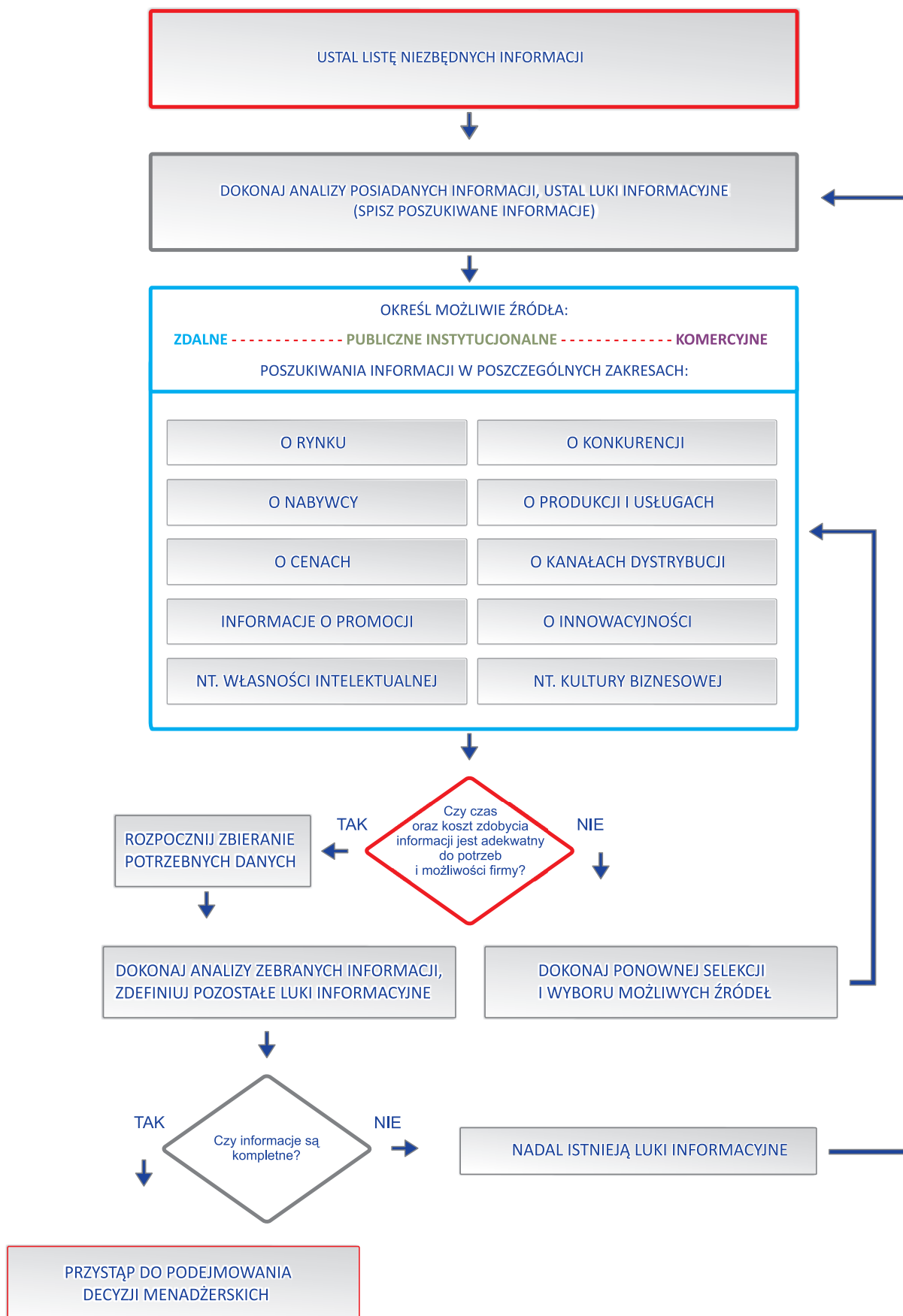
- ACNielsen, www.pl.nielsen.com
- ARC Rynek i Opinia, www.arc.com.pl
- CBOS, www.cbos.pl
- Deloitte, www.deloitte.com
- Ernst&Young, www.ey.com/pl
- Gemius, www.gemius.pl (lider badań internetowych)
- GFK Polonia, www.gfk.pl
- Grupa IQS Quant, www.iqs-quant.com.pl
- IPSOS, www.ipsos.pl
- KPMG, www.kpmg.pl
- McKinsey, www.mckinsey.com/locations/warsaw/index/
- Millward Brown SMG/KRC, www.smgkrc.pl
- Pentor Research International, www.pentor.pl
- PricewaterhouseCoopers, www.pwc.com
- TNS OBOP, www.tns-global.pl

Przedsiębiorcy chcący zakupić gotowy raport o sytuacji na poszczególnych rynkach lub sytuacji w branży mogą skorzystać z oferty zakupu on-line elektronicznych wersji raportów rynkowych (możliwe jest także zamówienie wersji drukowanej). Warto pamiętać, aby przed skorzystaniem z płatnych raportów zapoznać się co najmniej z ich spisem treści lub próbką zawartości. Pozwoli to na wyeliminowanie raportów nie spełniających założonych oczekiwań. Płatne raporty rynkowe można znaleźć na stronach:

- <http://www.eiu.com/>
- <http://www.internationalbusinessstrategies.com/market-research-reports/>
- <http://www.marketresearch.com/>
- <http://www.researchandmarkets.com/>
- <http://www.the-infoshop.com/>
- <http://www.one2oneresearch.com/>
- <http://marketpublishers.com/>
- <http://www.companiesandmarkets.com/>



7.4. SCHEMAT DECYZYJNY W ZAKRESIE USTALANIA ŹRÓDEŁ INFORMACJI ISTOTNYCH DLA EKSPORTU OPARTEGO NA IP



ETAP 1. ANALIZA POSIADANYCH INFORMACJI, USTALENIE LUK INFORMACYJNYCH (SPIS POSZUKIWANYCH INFORMACJI)

.....

.....

.....

PRZYKŁADOWA MATRYCA OCENY POSIADANYCH INFORMACJI W ZAKRESIE RYNEK

Czy potrzebujemy informacji?		← RYNEK →		Czy posiadamy informację?	
TAK	NIE			TAK	NIE
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	KONIUNKTURA GOSPODARCZA		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	GŁÓWNE SEKTORY RYNKU		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ROZMIARY RYNKU W SEKTORACH		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	WALUTA I STOPY PROCENTOWE		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	STOPA BEZROBOCIA		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	KWALIFIKACJE ZASOBÓW LUDZKICH		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ŚREDNIA PŁACA		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	ULGI I DOTACJE INWESTYCYJNE		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POLITYKA WSPARCIA ADMINISTRACYJNO-ORGANIZACYJNEGO		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	POLITYKA WSPARCIA ROZWOJU EKSPORTU		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PRAWO DOTYCZĄCE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, BRANŻY I PRODUKTU		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	PLANOWANE ZMIANY PRAWNE		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	SPOSOBY ZABEZPIECZEŃ, UBEZPIECZENIA ITP.		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ETAP 2. OKREŚLENIE MOŻLIWYCH NAJLEPSZYCH I WIARYGODNYCH ŹRÓDEŁ POSZUKIWANIA INFORMACJI W POSZCZEGÓLNYCH ZAKRESACH

.....
.....
.....

Mali i średni przedsiębiorcy, dysponujący ograniczonymi budżetami marketingowymi, ustalając źródła poszukiwania informacji powinni przede wszystkim skupić się na przeglądzie możliwych źródeł wtórnych, a dopiero w sytuacji stwierdzenia braku takich źródeł określić niezbędne źródła pierwotne. Pozwoli to na zachowanie efektywności ekonomicznej pozyskiwania informacji.

PRZYKŁADOWE ŹRÓDŁA INFORMACJI:

- strony internetowe instytucji publicznych, strony internetowe poświęcone eksportowi,
- strony internetowe poświęcone sektorowi lub branży
- prasa i media branżowe i poświęcone eksportowi
- publikacje, książki, raporty, analizy poświęcone rynkom międzynarodowym i działalności w konkretnych branżach
- roczniki statystyczne, raporty statystyczne, międzynarodowe bazy danych
- biuletyny branżowe
- Izby gospodarcze, handlowe, branżowe
- Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, polskie ambasady i konsulaty, zagraniczne ambasady i konsulaty w Polsce, PAIiIZ, PARP, regionalne ośrodki informacyjne
- materiały promocyjne i katalogi wystawiennicze, targi, misje gospodarcze, rozmowy bilateralne
- firmy konsultingowe, agencje doradztwa, kancelarie prawne

ETAP 3. OKREŚLENIE CZASU ORAZ KOSZTU ZDOBYCIA INFORMACJI

.....

.....

.....

MATRYCA OKREŚLANIA BUDŻETU I HARMONOGRAMU

RYNEK	Wiedza		Czas		Finanse	
	Czy potrzebujemy informacji?		Czas potrzebny do otrzymania informacji	Strategiczne ograniczenia czasowe. Termin końcowy	Cena	Budżet zaplanowany
	TAK	NIE				
KONIUNKTURA GOSPODARCZA						
GŁÓWNE SEKTORY RYNKU						
ROZMIARY RYNKU W SEKTORACH						
WALUTA I STOPY PROCENTOWE						
STOPA BEZROBOCIA						
KWALIFIKACJE ZASOBÓW LUDZKICH						
ŚREDNIA PŁACA						
ULGI I DOTACJE INWESTYCYJNE						
POLITYKA WSPARCIA ADMINISTRACYJNO-ORGANIZACYJNEGO						
POLITYKA WSPARCIA ROZWOJU EKSPORTU						
PRAWO DOTYCZĄCE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, BRANŻY I PRODUKTU						
PLANOWANE ZMIANY PRAWNE						
SPOSOBY ZABEZPIECZEŃ, UBEZPIECZENIA ITP.						

7.5. INSTYTUCJE, ORGANIZACJE I JEDNOSTKI BIZNESOWE MOGĄCE BYĆ POTENCJALNYM ŹRÓDŁEM INFORMACJI O RYNKACH ZAGRANICZNYCH

Ministerstwo Gospodarki² (www.mg.gov.pl) jest podstawową instytucją realizującą zadania z zakresu promocji gospodarczej oraz odpowiada za budowanie pozytywnego wizerunku polskiej gospodarki i rozwój współpracy gospodarczej z zagranicą, a także wzrost polskiego eksportu. Ministerstwo dysponuje szerokim wachlarzem instrumentów wspierających polski eksport oraz posiada sieć placówek zagranicznych (WPHil przy Ambasadach). Obecnie Ministerstwo wdraża i nadzoruje programy skierowane dla eksporterów w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, działanie 6.5 „Promocja polskiej gospodarki”. Obejmuje ono następujące narzędzia:

1. branżowe programy promocji, w ramach których możliwe jest uzyskanie wsparcia działań promocyjnych przedsiębiorców z wybranych branż, które to branże ze względu na potencjał krajowej produkcji oraz możliwości kreowania pozytywnych skojarzeń z krajem pochodzenia, mogą stać się polskimi specjalnościami eksportowymi,
2. usługi doradcze dla przedsiębiorców oraz instytucji współpracujących (zakup analiz, opracowań, opinii prawnych),
3. interaktywny portal dla przedsiębiorców – www.exporter.gov.pl oraz www.trade.gov.pl, w których przedsiębiorcy otrzymują bezpłatny dostęp do informacji gospodarczej zarówno o rynkach zagranicznych oraz o Polsce; publiczna baza danych ma na celu obopólne ułatwienie w nawiązywaniu kontaktów handlowych polskim i zagranicznym przedsiębiorcom,
4. programy promocji ogólne, w tym promocja polskich branż gospodarczych podczas imprez promocyjnych o charakterze ogólnym – Expo, wystawy narodowe, Dni Polskie.

Oprócz narzędzi realizowanych z wykorzystaniem funduszy europejskich, Departament Instrumentów Wsparcia Ministerstwa Gospodarki, oferuje przedsiębiorcom wsparcie promocyjno-informacyjne eksportu, m.in. takie jak:

1. dofinansowanie udziału w branżowych projektach promocyjnych, oferowane grupom składającym się co najmniej z czterech przedsiębiorców, działających w tej samej branży;
2. dofinansowanie kosztów uzyskania certyfikatów eksportowych. Wsparcie w tym zakresie oferowane jest przedsiębiorstwom z sektora MSP, obejmujące również koszty niezbędnych do uzyskania certyfikatu tłumaczeń, doradztwa oraz badania próbek;
3. dofinansowanie kosztów organizacji przedsięwzięć promocyjnych;
4. dofinansowanie publikacji wydawnictw i materiałów promujących eksport;
5. nagrody ministra gospodarki za szczególne osiągnięcia w działalności eksportowej.

Ponadto, w ramach prowadzonego przez Ministerstwo Gospodarki poddziałania 6.2.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka powoływane są terenie całego kraju centra obsługi inwestora i eksportera (COIE), których rolą jest poprawa obsługi eksporterów na poziomie lokalnym. Celem działalności COIE funkcjonujących w strukturach Urzędów Marszałkowskich jest tworzenie warunków dla podejmowania bądź wzrostu aktywności małych (i mikro) przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych oraz dalszy rozwój eksportu w przedsiębiorstwach średniej wielkości. Duże przedsiębiorstwa także mają możliwość skorzystania z usługi COIE. Merytorycznym wsparciem dla COIE są Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji Ambasad i Konsulatów RP (WPHI) współpracujące z COIE przy obsłudze przedsiębiorców.

Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji (WPHil)³ są jednostkami podległymi Ministerstwu Gospodarki, funkcjonującymi w 44 krajach na świecie. Realizują one zadania z zakresu promocji makro- i mikro-ekonomicznego polskiej gospodarki. Wydziały oferują wsparcie o charakterze informacyjnym, takie jak: informacje o warunkach wejścia polskich eksporterów na dany rynek oraz pomoc przy organizacji misji gospodarczych, wizyt studyjnych. Zadaniem wydziałów jest ponadto identyfikowanie barier i ograniczeń

² Na podstawie oficjalnych informacji Ministerstwa Gospodarki zamieszczonych na stronie www.mg.gov.pl

³ Na podstawie oficjalnych informacji umieszczonych w serwisie www.trade.gov.pl oraz oficjalnej stronie Ministerstwa Gospodarki www.mg.gov.pl



w dostępie polskich towarów i usług do danego rynku, działania interwencyjne w przypadku naruszenia umów międzynarodowych oraz organizacja spotkań typu *matchmaking* na rzecz polskich przedsiębiorstw. W serwisie www.trade.gov.pl, znaleźć można informacje udostępniane przez wydziały z zakresu podstawowych danych makroekonomicznych oraz politycznych krajów, w których funkcjonują WPHil, jak również uregulowania prawne dotyczące zakładania firm oraz prowadzenia działalności gospodarczej, zwyczajnie handlowe, zasady poruszania się po kraju i inne informacje użyteczne dla eksporterów. W krajach, w których nie zostały utworzone Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji, ich funkcje pełnione są przez Wydziały Ekonomiczne Ambasad i Konsulatów Generalnych RP podległych Ministrowi Spraw Zagranicznych. Polskie konsulaty i ambasady gromadzą dane, sporządzają statystyki, katalogują nabywców z konkretnych branż, udzielają informacji dotyczących potencjalnych nabywców danego produktu lub usługi, świadczą pomoc w opracowaniu strategii wejścia na dany rynek oraz udzielają wsparcia w zakresie uczestnictwa w targach i imprezach wystawienniczych. Głównym zadaniem Wydziałów jest udzielenie wsparcia małym i średnim przedsiębiorstwom w ich kontaktach gospodarczych z partnerami w kraju urzędowania placówki.

Główne formy działalności promocyjnej WPHil to: organizowanie stoisk informacyjnych na ważniejszych imprezach targowo-wystawienniczych w kraju urzędowania; organizowanie seminariów i konferencji przygotowywanych przez placówkę samodzielnie i/lub we współpracy z polskimi przedsiębiorstwami, organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorców i jednostkami samorządowymi; pomoc w nawiązywaniu kontaktów handlowych oraz inicjowanie i współorganizowanie misji gospodarczych z/do Polski, których uczestnikami ze strony polskiej są głównie małe i średnie przedsiębiorstwa oraz regionalne izby i stowarzyszenia branżowe.

Informacje o polskich placówkach dyplomatycznych za granicą dostępne są także pod adresami: <http://bazateleadresowa.poland.gov.pl/> oraz <http://www.mg.gov.pl/Wspolpraca+z+zagranica/PLACOWKI+ZAGRANICZNE/>.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych⁴ (www.msz.gov.pl) odpowiedzialne jest za opracowanie, wdrożenie i nadzorowanie polskiej polityki zagranicznej, w tym współpracę na rynku międzynarodowym i rozwój stosunków dwustronnych. W ramach swoich obowiązków wspiera rozwój eksportu i działania promującą polską gospodarkę, m.in. poprzez publikację Informatora Ekonomicznego o Krajach Świata dostępnego pod adresem: <http://www.msz.gov.pl/Informator,ekonomiczny,o,krajach,swiata,22303.html>. Zawiera on kompendium wiedzy na temat sytuacji makroekonomicznej oraz systemowych i prawno-instytucjonalnych uwarunkowań współpracy z partnerami gospodarczymi w poszczególnych krajach, a także praktyczne wskazówki w tym zakresie. Informator podzielony jest na rozdziały obejmujące: informacje ogólne o kraju, system administracyjny, gospodarkę, dwustronną współpracę gospodarczą, dostęp do rynku oraz przydatne kontakty i linki.

Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi (www.minrol.gov.pl). Do kompetencji tego ministerstwa należy promocja produktów rolno-spożywczych. Działania ministerstwa w zakresie promocji gospodarczej ograniczają się jedynie do publikowania informatorów, kierowanych do odbiorców zagranicznych, dotyczących polskiego rolnictwa i żywności. Publikacje te rozprowadzane są za pośrednictwem WPHil.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)⁵ (www.parp.gov.pl). Celem Agencji jest udział w realizacji programów rozwoju gospodarki, także w zakresie wspierania rozwoju eksportu. Agencja wdraża szereg programów dedykowanych przedsiębiorcom z sektora MSP chcących rozpocząć działalność eksportową, np. „Paszport do eksportu”. W ramach prowadzonego ośrodka informacyjnego **Enterprise Europe Network**, świadczone są usługi informacyjne dla przedsiębiorców, seminaria, konferencje, opracowywane i dystrybuowane są oferty współpracy polskich firm. Sieć Enterprise Europe Network (http://www.enterprise-europe-network.ec.europa.eu/index_en.htm) działa od 1 stycznia 2008 r. i została powołana w ramach Programu Ramowego na rzecz Konkurencyjności i Innowacji (Competitiveness and Innovation Framework Programme 2007-2013 – CIP). Łączy w sobie dorobek i zalety dwóch poprzednio działających

⁴ Na podstawie informacji umieszczonych na oficjalnej stronie Ministerstwa Spraw Zagranicznych www.msz.gov.pl

⁵ Na podstawie informacji umieszczonych na oficjalnej stronie PARP www.parp.gov.pl



na rzecz sektora MSP sieci: Euro Info Centres i Innovation Relay Centres. Sieć oferuje małym i średnim przedsiębiorstwom kompleksowe usługi, które mają im pomóc w pełni rozwinąć ich potencjał i zdolności innowacyjne. Ważnym narzędziem informacyjnym Sieci jest miesięcznik Biuletyn Euro Info adresowany do małych i średnich firm, instytucji okołobiznesowych oraz samorządowych. Zawiera on aktualne informacje dotyczącą instytucji europejskich, programów unijnych, targów, konferencji, społeczeństwa informacyjnego i innych zagadnień istotnych dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Sieć jest także pośrednikiem umożliwiającym instytucjom Unii Europejskiej pełniejszą orientację w potrzebach małych i średnich przedsiębiorstw. Ośrodki sieci są afiliowane przy organizacjach wspierających rozwój gospodarczy, takich jak izby przemysłowo-handlowe, agencje rozwoju regionalnego, centra wspierania przedsiębiorczości, itp. Wszystkie MSP mogą otrzymać tam informacje i dostęp do zindywidualizowanych usług, dostosowanych do ich potrzeb, przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii i zaangażowaniu poszczególnych organizacji w ramach sieci.

W Polsce działa 30 ośrodków, zgrupowanych w czterech konsorcjach:

1. CP-BSN (Central Poland – Business Support Network) – 6 ośrodków na terenie 4 województw (mazowieckiego, łódzkiego, kujawsko-pomorskiego, pomorskiego), koordynator – Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości;
2. BISNEP (Business and Innovation Support for North-East Poland) – 6 ośrodków na terenie 3 województw (podlaskiego, warmińsko-mazurskiego, lubelskiego), koordynator – Uniwersytecki Ośrodek Transferu Technologii Uniwersytetu Warszawskiego;
3. B2Europe West Poland – 9 ośrodków na terenie 5 województw (zachodniopomorskiego, lubuskiego, wielkopolskiego, dolnośląskiego, opolskiego), koordynator – Wrocławskie Centrum Transferu Technologii Politechniki Wrocławskiej;
4. BSN South Poland – 9 ośrodków na terenie 4 województw (śląskiego, małopolskiego, świętokrzyskiego, podkarpackiego), koordynator – Centrum Transferu Technologii Politechniki Krakowskiej.

Sieć Enterprise Europe Network⁶ świadczy mikro-, małym- i średnim przedsiębiorcom następujące usługi:

- działania informacyjne i doradcze z zakresu prawa i polityk Unii Europejskiej, prowadzenia działalności gospodarczej za granicą, dostępu do źródeł finansowania, transferu technologii oraz udziału w programach ramowych UE;
- pomoc w znalezieniu partnerów do współpracy gospodarczej oraz transferu technologii;
- organizowanie wyjazdów polskich firm na imprezy kooperacyjne (targi i misje) współfinansowane przez Komisję Europejską, mające na celu ożywienie współpracy pomiędzy regionami i krajami;
- udzielanie odpowiedzi na zadawane za pośrednictwem sieci pytania przedsiębiorców z krajów Unii Europejskiej, dotyczące warunków formalno-prawnych działalności gospodarczej w Polsce i możliwości współpracy z polskimi przedsiębiorstwami i instytucjami;
- organizacja szkoleń, warsztatów, seminariów;
- usługi z zakresu transferu technologii, w tym audyty technologiczne, wymiana ofert technologicznych, pomoc w poszukiwaniu partnerów technologicznych oraz kojarzenie przedsiębiorców z jednostkami naukowymi;
- wspieranie udziału MSP w 7 Programie Ramowym na rzecz badań i rozwoju technologicznego.

W ramach działalności Sieci przedsiębiorcy mogą korzystać z **Bazy Kooperacyjnej Komisji Europejskiej (Business Cooperation Database)**, umożliwiającej znalezienie partnera biznesowego w krajach, w których funkcjonują ośrodki sieci Enterprise Europe Network.

Przedsiębiorcy mogą także skorzystać z pomocy regionalnych **Agencji Rozwoju Regionalnego**, których celem jest prowadzenie działań stymulujących rozwój gospodarczy regionu poprzez wspomaganie rozwoju mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), współpracę z władzami samorządowymi, administrowanie programami wsparcia dla MŚP, pełnienie roli edukacyjnej w przekazywaniu doświadczeń i rozwiązań w zakresie polityki regionalnej oraz promocję gospodarczą.

⁶ Na podstawie informacji zamieszczonej na oficjalnej stronie Sieci.

Standardowy zakres działań Agencji obejmuje:

- wspieranie kapitałowe podmiotów gospodarczych (Fundusz Pożyczkowy, Regionalne Fundusze Poręczeń Kredytowych),
- doradztwo gospodarcze (strategie rozwoju, biznes plany, dostępne środki na rozwój działalności dla MSP),
- inicjowanie i organizowanie działań na rzecz MSP z organizacjami, agendami rządowymi, samorządowymi, pozarządowymi i międzynarodowymi,
- promocja i rozwój regionu,
- organizacja imprez gospodarczych (targi, giełdy, prezentacje).

Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych (PAIiIZ)⁷ (www.paiz.gov.pl). Celem działania Agencji jest promocja Polski jako miejsca lokowania bezpośrednich inwestycji zagranicznych, dlatego nie oferuje instrumentów wsparcia dla krajowych podmiotów eksportujących. Dysponuje jednak wieloma informacjami i analizami dotyczącymi rynku polskiego oraz opracowuje bazy potencjalnych kontrahentów zagranicznych. Agencja jest także administratorem serwisu www.eksporter.gov.pl.

Administracja samorządowa (regionalna i lokalna). Jednostki administracji samorządowej realizują działania z zakresu wsparcia eksporterów o charakterze promocyjno-informacyjnym, zgodne z regionalnymi programami operacyjnymi. Ze względu na regionalny charakter programów zakres wsparcia różni się w zależności od województwa, generalnie jednak przedsiębiorcy mogą ubiegać się o współfinansowanie kosztów udziału w międzynarodowych targach i wystawach oraz misjach gospodarczych. W ramach Regionalnych Programów Operacyjnych (RPO), zarządzanych przez urzędy marszałkowskie, bezpośrednie wsparcie udziału przedsiębiorców w targach i misjach jest przewidziane w jedenastu województwach: dolnośląskim, kujawsko-pomorskim, lubelskim, lubuskim, łódzkim, małopolskim, podkarpackim, podlaskim, świętokrzyskim, warmińsko-mazurskim i zachodniopomorskim. W pozostałych pięciu województwach: mazowieckim, opolskim, pomorskim, śląskim i wielkopolskim możliwe jest jedynie wsparcie pośrednie, np. przez dofinansowanie projektów jednostek samorządu terytorialnego lub ich jednostek organizacyjnych, instytucji otoczenia biznesu, organizacji pozarządowych, wyższych uczelni czy podmiotów działających w oparciu o umowę partnerstwa publiczno-prywatnego.

Centra Wspierania Biznesu zlokalizowane w całej Polsce oferują przedsiębiorcom szerokie wsparcie w zakresie pozyskiwania informacji rynkowych, organizacji szkoleń biznesowych, pozyskiwania środków finansowych, nawiązywania współpracy międzynarodowej, konsultingu oraz wspólnej realizacji projektów.

Krajowa Izba Gospodarcza (www.kig.pl) i inne organizacje działające w imieniu i na rzecz przedsiębiorców. Organizacje otoczenia biznesu oferują przedsiębiorcom wsparcie w zakresie pozyskiwania funduszy na działalność eksportową, ochrony własności intelektualnej, promocji za granicą, doradztwa i konsultingu. Organizacje te udzielają się na arenie międzynarodowej, są członkami międzynarodowych organizacji przedsiębiorców i posiadają rozbudowane sieci kontaktów wśród przedsiębiorców na całym świecie.

Trade Point Poznań (www.tradepoint.org) jest jednym z punktów Światowej Sieci Centrów Wspierania Handlu (Global Trade Point Network), zrzeszonych w **Światowej Federacji Trade Pointów** (World Trade Point Federation) i budowanych z inicjatywy UNCTAD, ukierunkowanych na potrzeby sektora MSP. Jest to globalny system wymiany informacji handlowych. W systemie tym uczestniczy ponad 90 państw. System internetowy Trade Point Poznań składa się z trzech głównych komponentów: **serwisu informacyjnego**, bazy informacyjnej systemu Trade Point Poznań, **systemu ofertowego ETO** służącego do przeglądania, zamieszczania i kojarzenia ofert handlowych oraz **katalogu GTDS** służącego do przeglądania oraz zamieszczania informacji o produktach i firmie.

Krajowy System Usług (KSU – www.ksu.parp.gov.pl). Skupia grupy organizacji świadczących usługi dla przedsiębiorców w tzw. Punktach Konsultacyjnych, które oferują kompleksowe usługi informacyjne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej oraz możliwości uzyskania zewnętrznych źródeł

⁷ Na podstawie informacji zamieszczonej na oficjalnej stronie PAIiIZu www.paiz.gov.pl

na jej finansowanie. W ramach systemu KSU funkcjonują również ośrodki Krajowej Sieci Innowacji, które specjalizują się w świadczeniu usług proinnowacyjnych oraz w funduszach pożyczkowych i poręczeniowych, umożliwiających przedsiębiorcom uzyskanie dodatkowych źródeł finansowania lub zabezpieczenia kredytów i pożyczek. Krajowy System Usług dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw wspierany jest organizacyjnie oraz merytorycznie przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości.

Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych Spółka Akcyjna (KUKES S.A. – www.kukes.com.pl). Firma ubezpieczająca transakcje handlowe polskich przedsiębiorców. Oferuje usługi z zakresu ubezpieczeń należności z tytułu sprzedaży towarów i usług z odroczonym terminem płatności, a także na udzielaniu gwarancji ubezpieczeniowych. KUKES prowadzi ubezpieczenia eksportowe gwarantowane przez Skarb Państwa, zapewniające bezpieczeństwo w handlu na rynkach podwyższonego ryzyka. Dzięki takim ubezpieczeniom polscy eksporterzy mogą bezpiecznie prowadzić sprzedaż do partnerów handlowych z odległych, często egzotycznych krajów. KUKES ubezpiecza także długoterminowe projekty eksportowe finansowane kredytem o okresie spłaty dwu i więcej lat.