

Michał Łebkowski

Chiński smok w polskiej firmie



czyli jak bezpiecznie importować z Chin

Michał Łebkowski

Chiński smok w polskiej firmie
czyli
jak bezpiecznie importować z Chin

Wydawnictwo Tomeo.pl

Marka wydawnicza Tomeo.pl należy do firmy:

CNT Michał Łebkowski

Grzegórzecka 10B, lok. 210, 31-530 Kraków

www.tomeo.pl

Copyright © CNT Michał Łebkowski, 2008. All rights reserved.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

Niniejsza publikacja nie może być kopiowana we fragmencie lub w całości i rozpowszechniana bez zgody posiadacza praw.

Projekt okładki:

Magda Gazur, Centrum Nowej Technologii

Skład i druk:

GRAF Spółka z o.o.

ul. Zapole 4, 32-286 Węgrzce

ISBN: 978-83-925022-0-3

Wydanie pierwsze, rok 2008

Basiu
dedykuję Ci tę książkę
będąc wdzięcznym za wsparcie,
które czuję od Ciebie każdego dnia.

Spis treści:

Wstęp	7
1. Podstawowe reguły gry	8
2. Jak wyszukać partnera	14
2.1. Firmy pośredniczące	14
2.2. Wyjazd do Chin	14
2.3. Alibaba.com	15
2.4. BigChina.pl	17
2.5. Pozostałe możliwości	22
3. Jak zrealizować import	27
3.1. Zasady korespondencji handlowej	28
3.2. Negocjacje	33
3.3. Dokumenty i formalności, krok po kroku	36
3.4. Incoterms, czyli międzynarodowe reguły handlu	61
3.5. Finansowanie importu i sposoby płatności	64
3.6. Chińska kultura biznesowa	69
3.7. Problemy – jak sobie z nimi radzić	80
3.8. Transport z Chin	86
3.9. Chiński kalendarz – kiedy nie zrobisz interesu	91
4. Bezpieczeństwo importu z Chin	93
4.1. Jak sprawdzić partnera	94
4.2. Kontrola towaru w Chinach	100
5. Obowiązki importera w gąszczu przepisów	101
5.1. Certyfikaty – bez nich ani rusz	104
5.2. Import towarów markowych	113
5.3. Serwisowanie towaru i procedura uszlachetniania	115
6. Opowieści importowe	119
7. Jak działać w Chinach	129
8. Jak zatrudniać Chińczyków w Polsce	138
9. Kontakty ułatwiające import z Chin	139
Zakończenie	144
Indeks haseł	145
Notatka Ministerstwa Gospodarki na temat gospodarki Chin i polsko-chińskich stosunków gospodarczych	148

Wstęp

W roku 2004 postanowiłem stworzyć własną markę odtwarzaczy mp3 i produkować je w Chinach. Miałem 24 lata, kilkanaście tysięcy złotych w kieszeni i dużo optymizmu. Przez dwa lata biznes świetnie się kręcił, zarabiałem niemałe pieniądze. Potem... co było potem dowiesz się w dalszej części książki.

Niniejszą książkę kieruję do wszystkich osób, które importują z Chin, bądź chciałyby importować z Chin. Tym pierwszym uporządkuje ona wiedzę, tym drugim pokaże krok po kroku, jak należy to robić.

Dlaczego powstała ta książka? Z trzech powodów. Po pierwsze, jak pokazują badania, Polacy są narodem o bardzo dużej chęci samostanowienia o swoich zarobkach. Mówiąc prościej: Polacy chcą otwierać własne firmy. Po drugie, import z Chin to bardzo ciekawa ścieżka biznesowa, którą potwierdzają liczby. Od kilku lat import z Państwa Środka do Polski rośnie w tempie ok. 30% rocznie. Po trzecie w końcu, wiedza na ten temat jest w Polsce bardzo uboga. Do tej pory doczekaliśmy się zaledwie dwóch małych publikacji o imporcie z Chin. To co możemy kupić (zazwyczaj przez Internet) to powierzchowne opisy importu z Państwa Środka. W tej książce zajmiemy się tematem dogłębnie.

Jeśli jesteś:

- pracownikiem działu importu firmy z sektora MSP
- bezpośrednim importerem z Chin
- przedsiębiorcą, który chciałby rozpocząć import z Chin
- młodym człowiekiem z głową pełną marzeń, ale bez wiedzy o imporcie

to ta książka jest właśnie dla Ciebie. Dowiesz się z niej:

- jak wyszukać wiarygodnego kontrahenta
- jak prowadzić rozmowy handlowe
- jak realizować import
- jak komunikować się z Chińczykami
- jak rozwiązywać mogące się pojawić problemy
- jak sprzedawać towar w Polsce

i kilku innych, praktycznych rzeczy.

Na imporcie z Chin można sporo zarobić. Nie będę tu szafował popularnymi hasłami "zarób 1000% w miesiąc", choć i to wciąż jest możliwe. Równie dobrze dzięki importowi można mieć 10% marży, a równie dobrze można stracić setki tysięcy złotych. Do zagadnienia trzeba podejść z głową. Kupiłeś tę książkę, zatem zacząłeś dobrze.

Michał Łebkowski

1. Podstawowe reguły gry

Znam ludzi, którzy na imporcie z Chin dorobili się milionów złotych i dorabiają się wciąż. Znam takich, którzy stracili dziesiątki tysięcy, a słyszałem również historie o utracie milionów złotych. Czy zatem import z Chin to rosyjska ruletka? Jeśli lubisz takie gry, to może się nią stać. W tej książce jednak zajmiemy się biznesem, a biznes rządzi się pewnymi regułami. Dlatego, skoro już pomyślałeś o imporcie z Chin, miej świadomość reguł gry. By do nie wejść, odpowiedz sobie na poniższe pytania.

Czego ja właściwie chcę?

Import zaczyna się od pomysłu na sprzedaż. Jeśli już zdecydowałeś się na sprowadzanie towarów, powinieneś określić co będzie przedmiotem importu. Nie chodzi tu jednak o powiedzenie sobie "widziałem w markecie fajne ołówki – sam takie zaimportuję i zrobię dobry interes". Jeśli poważnie pomyślałeś o sprowadzaniu towaru, potrzebna jest poważna analiza przedsięwzięcia. Najlepiej zakupić w tym celu specjalistyczną książkę i postępować zgodnie ze wskazówkami. Jeśli jednak postanowiłeś, że niniejsza książka jest jedyną, jaką przeczytasz przed rozpoczęciem importu z Chin, radziłbym wykonać przynajmniej uproszczoną analizę SWOT (ang. strenghts, weaknesses, opportunities, threats), czyli rozpisać silne i słabe strony importu interesującego Cię towaru, a także określić, jakie szanse rozwoju wiążą się z tym produktem. Jakie są potencjalne zagrożenia w importowaniu go i wprowadzaniu na rynek.

Przy powyższych rozważaniach, zwróć uwagę na kilka elementów.

1. Staraj się skoncentrować na towarach, o których masz już jakieś pojęcie. Jeśli jesteś elektronikiem, zastanów się dwa razy zanim weźmiesz się za import materiałów budowlanych. Oczywiście nie oznacza to, że osoba, która nie ma pojęcia np. o artykułach fryzjerskich, nie będzie umiała z powodzeniem sprzedawać ich w Polsce. Po prostu może być to trudne, gdy konkurencja będzie znać się na tym lepiej i gdy trzeba będzie polegać wyłącznie na kadrze zarządzającej. Oczywiście może być też tak, że chcesz wyłącznie wyłożyć pieniądze, zatrudnić specjalistów i nie interesować się biznesem. Wówczas jednak, prawdopodobnie nie czytałbyś tej książki. Znajomość produktów, które chce się importować jest bardzo ważna. Pozwala lepiej, szybciej i dokładniej reagować na zmiany rynkowe, a jeśli importem chcesz zajmować się sam, z ewentualną pomocą kilku osób, znajomość branży i produktów jest warunkiem koniecznym.
2. Wybierz niszę rynkową. Warto dobrze poszukać, by znaleźć ciekawy produkt, który można nazwać nowością ze względu na wygląd lub funkcjonalność. Polecam wyszukiwanie takich produktów szczególnie importerom o małym portfelu. Ciekawym produktem można zdobyć początkową przewagę nad konkurencją, która ma więcej zasobów finansowych. Należy jednak pamiętać, że jeśli Ty możesz sprowadzić do Polski nowatorski produkt to za dwa miesiące sprzedawać go będzie konkurencja, a za cztery miesiące nie będzie to już rynkowa nowość. Wówczas trzeba znaleźć inny produkt, albo... inwestora.

3. Nie opieraj biznesu na założeniu "będę miał niskie ceny, zdobędę rynek", chyba, że masz w kieszeni miliony złotych. Gdy w 2004 roku zacząłem sprowadzać do Polski jedne z pierwszych, tanich odtwarzaczy mp3, postawiłem na stworzenie marki. Już po 9 miesiącach konkurencja była tak silna i z tak dużymi zasobami finansowymi, że nie byłem w stanie kupować odtwarzaczy w takich ilościach i w tak niskich cenach, a co za tym idzie, nie byłem w stanie sprzedawać ich najtaniej w Polsce. Mimo to, wciąż sprzedawały się świetnie, bo ludzie rozpoznawali markę SlimP3. Gdyby moją strategią rynkową było oferowanie najtańszych produktów w Polsce, po 9 miesiącach musiałbym zamykać firmę.
4. Rozważając import, sprawdź dokładnie jakie obowiązki nakłada prawo na wprowadzanie interesujących Cię produktów do sprzedaży na polskim (unijnym) rynku. Od kilku lat obowiązuje zasada rękojmi, tzn. konsument ma prawo w ciągu dwóch lat od zakupu reklamować towar. W praktyce oznacza to konieczność udzielania 2 lat gwarancji na importowane przez siebie produkty. Standardowym okresem gwarancyjnym w chińskich fabrykach jest jeden rok. Co potem? Trzeba mieć własny serwis, albo bezawaryjne produkty. Ponadto, przykładowo od 2006 roku ustawa o zużytych sprzęcie elektrycznym i elektronicznym nakłada na importerów takich sprzętów wiele obowiązków związanych z ich utylizacją, co z kolei generuje dość pokaźne koszty. Prawie w każdej branży można znaleźć przepisy, które regulują jej działanie i te przepisy trzeba znać. Musisz umieć kalkulować związane z nimi wydatki. Być może po przeliczeniu tych kosztów, import nie będzie tak opłacalny.
5. Interesuj się sytuacją gospodarczą i polityczną nie tylko Polski, ale i Chin. Być może za 2 tygodnie cena ważnego dla Twojego produktu surowca, z jakichś względów wzrośnie i opłaca zamówić się towar już teraz, zwłaszcza, że konkurencja już to zrobiła. Być może w rejonie, gdzie znajduje się produkująca dla Ciebie fabryka przewidywane są niepokoje społeczne lub klęski żywiołowe i warto zdywersyfikować dostawców. Być może na chińskim rynku w branży, w której działasz zanoszą się duże zmiany i fabryka, która Cię zaopatruje może nie wytrzymać ich finansowo, a co za tym idzie może nie być w stanie serwisować zakupionych u niej produktów, a w przypadku najczarniejszego scenariusza, nie wysłać opłaconych już towarów. Takie zmiany przechodzi teraz na przykład chińska branża motoryzacyjna, gdzie najwięksi gracze wchłaniają małe fabryki.

Ile potrzebuję pieniędzy na początek?

To jedno z najczęstszych pytań jakie otrzymuję od przyszłych importerów. Odpowiedź nie jest taka prosta, gdyż potrzebny kapitał jest uzależniony od tego co chcesz importować i w jakiej fazie rozwoju jest rynek interesujących Cię towarów. Przykładowo, gdybyś chciał rozpocząć import odtwarzaczy mp3, musisz liczyć się z ogromną konkurencją, którą możesz pobić niską ceną, albo wypromowaniem marki produktu. Jedno i drugie kosztuje. Kampania wizerunkowa w branży tej wielkości to koszt minimum 200 tysięcy złotych. Poza tym taka kampania musi być regularnie powtarzana. Jeśli nie masz tak zasobnego portfela i chcesz walczyć ceną to... musisz mieć równie zasobny portfel. Niską cenę sprzedaży w Polsce, warunkuje niska cena zakupu w Chinach. Nikt nie da Ci niskiej ceny, jeśli nie będziesz kupował w tysiącach sztuk, a tyle właśnie kupuje jednorazowo konkurencja.

Z drugiej strony, jeśli znajdziesz produkt, który jest nowoczesny, ale tani, a którego nie sprzedaje jeszcze nikt w Polsce, wówczas możesz rozpocząć import mając w kieszeni zaledwie 5 tysięcy złotych. Przy szybkiej sprzedaży i 120% marży, następnym razem Twój zakup w Chinach będzie miał już wartość 10 tysięcy złotych. Póki do gry nie wejdzie duża konkurencja masz kilka miesięcy na wypracowanie mocnej pozycji.

Zaimportuję i co potem?

Załóżmy, że sprowadziłeś już towar. Czy przemyślałeś sposób jego dystrybucji w Polsce? Czy chcesz być hurtownikiem, czy detalistą? W zależności od tego należy wybrać różne sposoby dystrybucji towaru. Jeśli chcesz sprzedawać towar klientom końcowym, warto uruchomić kanał internetowy, gdzie stosunkowo niewielkim nakładem kosztów można sprzedawać przez sklep internetowy i aukcje (np. Allegro, eBay). Warto też pomyśleć o otwarciu sklepu lub sieci sklepów detalicznych w odpowiednich lokalizacjach.

Jeśli nie chcesz sprzedawać klientowi końcowemu i wybierzesz sposób sprzedaży do hurtowników lub resellerów (zazwyczaj końcowych sprzedawców), wówczas musisz liczyć się z tym, że co prawda unikniesz czasochłonnego sprzedawania w detalu, ale za to Twoje marże będą o wiele mniejsze. Oczywiście zbywanie towaru do dalszej odsprzedaży możliwe jest tylko wówczas, gdy jesteś w stanie obracać dużą ilością towaru. Jeśli Twój budżet jest niewielki, sprzedaż detaliczna jest bardziej wskazana.

Można też połączyć oba typy dystrybucji, co jest zresztą popularne w wielu firmach. Wówczas należy pamiętać o ustaleniu końcowych cen detalicznych, których nie mogą zaniżyć Twoi odbiorcy hurtowi, ani Ty sam. Inaczej staniesz się niewiarygodnym partnerem.

Czy warto robić interesy z Chińczykami?

Po przeczytaniu książki "Mr China, czyli Amerykanin w Pekinie" Tima Clissolda, można sądzić, że jakkolwiek biznes z Chińczykami jest z góry skazany na porażkę i trzeba się od niego trzymać z daleka. Ja sam kiedyś zostałem przez Chińczyków oszukany, ale gorąco namawiam, by z Chińczykami jednak robić interesy. Wspomnianą książkę też warto przeczytać.

Chińczycy są w stanie wyprodukować każdy towar, o każdej jakości i w możliwie najniższej cenie. W Chinach, zaawansowane technologicznie produkty, wytwarzają największe światowe koncerny. Coraz większą rolę w międzynarodowym biznesie odgrywają też rdzennie chińskie marki. By daleko nie szukać, powstanie czwartego operatora telefonii komórkowej Play, było możliwe dzięki kredytom z China Development Bank i dzięki infrastrukturze telekomunikacyjnej z Huawei.

Państwo Środka produkuje też największe buble w tak niskich cenach, że przed kupnem, musimy się uszczypnąć, czy przypadkiem nie śnimy. Wszystko jest kwestią oczekiwań importera. W Polsce najważniejsza jest niska cena, dlatego właśnie określenie "chińszczyzna" oznacza bu-

bel. W Stanach Zjednoczonych, chińskie wyroby postrzegane są bardzo dobrze. Różnica bierze się właśnie stąd, że Amerykanie zamawiają towar dobrej jakości i możliwie tani. Polskie firmy zarabiają towar jak najtańszy, a jak się uda, to niech jeszcze będzie miał trochę jakości. Nie jest to absolutnie żadna uszczypliwa uwaga do importerów. Tak po prostu wygląda rzeczywistość – Polacy w zakupach kierują się głównie ceną. Co prawda rośnie grupa odbiorców dóbr luksusowych, dla których cena jest drugorzędna, ale ci z kolei nie kupują chińskich produktów, ze względu na wspomnianą wcześniej opinię. W ten sposób koło się zamyka.

Z Chin można też próbować importować towary markowe, tzn. towary identyczne z markowymi, ale z innym logo lub wręcz identycznie wyglądające, jak te znanych marek. Dzieje się tak dlatego, że dyrektorzy fabryk mają dość luźne podejście do podpisanych umów. Mój znajomy był w fabryce, która produkuje odtwarzacze DVD dla jednego z najbardziej znanych brandów. Widział w niej identyczne produkty opatrzone innym logo i innym opakowaniem. Zdarza się również, że chińskie fabryki nawet nie zmieniają logo markowego produktu tylko produkują na boku większe ilości towaru i sprzedają własnym kanałem dystrybucji. Zaciera się wówczas pojęcie markowego produktu lub często w Polsce stosowanego określenia - podróbka. O tym co czyni z towaru podróbkę, przeczytasz w dalszej części książki. A ten akapit muszę zakończyć jasnym stwierdzeniem: import produktów markowych jest możliwy, ale niezwykle trudny. Z podrozdziału 5.2, dowiesz się dlaczego.

Chińczycy nie znają Polski. O ile starsze pokolenie może jeszcze wiedzieć kim był Wałęsa, czy Boniek, o tyle młode pokolenie nie ma o Polsce większego pojęcia. Z setek rozmów jakie przeprowadziłem z działami handlowymi chińskich eksporterów, jawi się obraz, że Polska to część Rosji i że leży obok Europy. W gruncie rzeczy jednak Polska niewiele ma do zaoferowania Chińczykom. Młode pokolenie przyciąga pop-konsumpcyjny zachodni styl, a zachód to Ameryka, Wielka Brytania, Francja, czy Niemcy.

Czy można liczyć na rządowe wsparcie?

Polski nie zna zbyt dobrze również chiński biznes, ani chińska administracja. Największy wpływ mają na to dwie kwestie. Po pierwsze wysiłki polskiego rządu są niewystarczające, by pomóc polskiemu biznesowi zaistnieć w Chinach. Po drugie, sami Polacy nie kwapią się do tego by działać w dalekiej Azji.

Niedawno byłem na spotkaniu, które zorganizował Departament Azji i Pacyfiku polskiego MSZ w sprawie zdynamizowania kontaktów handlowych Polski z krajami Azji. Dyrektor Departamentu, Tadeusz Chomicki przedstawił inny punkt widzenia niż środowisko biznesowe. Stwierdził, że rząd z chęcią pomoże w promocji, ale zbyt małe jest zainteresowanie rejonem Azji ze strony polskiego biznesu. Za przykład podał budowę największej drogi w Wietnamie. Dzięki rządowemu wsparciu, polskie firmy miały wielkie szanse na wygranie przetargu na budowę największej drogi, łączącej północ z południem Wietnamu, jednak, żadna polska firma nie wyraziła zainteresowania realizacją przedsięwzięcia, tłumacząc, że „w Azji jeszcze nie budowaliśmy”.

Historia ta prezentuje jednak wycinkowe spojrzenie. Na spotkanie przybyło kilkadziesiąt, zaproszonych przez MSZ osób z kręgów biznesowych i administracyjnych. Gdyby spotkanie było nagłośnione w mediach, zainteresowanych osób byłoby pewnie kilkaset, a może i tysiące. Polskie firmy chcą handlować z Chinami, ale nie mogą liczyć na wsparcie, choćby takie, jakie rząd niemiecki daje firmom z nad Renu. Niemcy mają specjalne komórki w Chinach, które wspierają kontakty handlowe między oboma krajami. Do Chin w sprawach biznesowych jeżdżą zachodni premierzy – u nas nie jest to praktykowane. Efekt jest taki, że biznes z Europy Zachodniej jest w Państwie Środka mocno osadzony. Bez wsparcia rządowego nie robi się z Chinami większej transakcji, gdyż tam rozmawia się z urzędnikami partyjnymi i rozmowy takie muszą być przeprowadzane na odpowiednim szczeblu.

W 2007 roku zostałem zaproszony na wystawny bankiet w Szanghaju. Oprócz chińskich dygnitarzy byli biznesmeni i ambasadorzy z takich krajów jak Wielka Brytania, Francja i Włochy. Fakt, że byłem z Polski wywoływało wśród wszystkich duże zdziwienie.

Wspomnianym spotkaniem, MSZ pokazał jednak, że chce coś zmienić. Powstał e-mail, na który mają spływać wszelkie pomysły związane z ożywieniem stosunków gospodarczych z Azją, w tym Chinami. Oczywiście najlepsze będą takie, w których to Polacy będą eksportować do Chin, ale rozważany ma być każdy pomysł. Jeśli będzie ich dużo, jest szansa, że MSZ będzie aktywniejszy w promocji Polski w Chinach. Jeśli też chcesz zabrać głos w sprawie, napisz: dap-idea@msz.gov.pl.

Sytuacja, w której polski rząd jest pasywny, a eksport/import do/z Chin jest dla wielu czarną magią, nie sprawia oczywiście, że nasze obroty handlowe stoją w miejscu. Można mówić o efekcie kuli śnieżnej. Każdego roku wartość importu z Chin rośnie o kilkadziesiąt procent. Według danych Ministerstwa Gospodarki, w 2007 roku o 38%. Eksport nie rozwija się tak dynamicznie, ale wzrost jest również pokaźny – 19% w stosunku do 2006 roku. W niektórych branżach, jak na przykład odzież, czy elektronika, bez importu z Chin, firmy nie są w stanie utrzymać się na rynku.

W ostatnim roku zmieniła się struktura eksportu do Chin. Udział wyrobów wysoko przetworzonych (maszyny, pojazdy, wyroby precyzyjne) wzrósł z 18% do ponad 29%. Główną przyczyną tego wzrostu jest wznowienie eksportu maszyn górniczych.

Wśród produktów, które najczęściej sprzedawaliśmy do Chin można wymienić (pod względem wartości, za Ministerstwem Gospodarki): miedź i złom miedzi, kaprolaktam, obudowy górnicze, inne chemikalia, rudy i koncentraty ołowiu, części silników elektrycznych, papier, jelita wieprzowe, blachy i taśmy stalowe oraz urządzenia do filtrowania cieczy.

Ministerstwo podało też co polskie firmy importowały w minionym roku z Państwa Środka: komputery, komórkowe aparaty telefoniczne, aparaty do przetwarzania głosu i obrazu (jak odtwarzacze mp3, dyktafony itp.), części do kamer telewizyjnych, części i akcesoria komputerowe, kamery i aparaty fotograficzne i ich części, wyroby walcowane płaskie z żeliwa lub stali, drukarki komputerowe, aparatura audio-wideo oraz przekształtniki prądu.

Według najnowszych danych Ministerstwa Gospodarki, po 4 miesiącach 2008 roku eksport do Chin osiągnął 311 mln euro (wzrost o 49 %) a import z Chin 3267 mln euro (wzrost o 35 %).

Bardzo znamienny jest też fakt, że w 2007 roku w Polsce przybyło ponad 2 tysiące importerów z Chin. Ich dokładna liczba na koniec roku to: 15269. To pokazuje, że import z Chin cieszy się w Polsce ogromną popularnością. Pewnie dlatego właśnie kupiłeś tę książkę. Po tej dawce statystyk i opisie tła jakie towarzyszy handlowi z Chinami, zapraszam Cię do części praktycznej.

Do zapamiętania:

1. Import zaczyna się od pomysłu na sprzedaż. Staraj się skoncentrować na towarach, które znasz. Nie opieraj biznesu na założeniu, że zdobędziesz rynek niską ceną, chyba, że masz w kieszeni miliony złotych. Przemyśl sposób dystrybucji towaru. Interesuj się sytuacją gospodarczą oraz polityczną Polski i Chin.
2. Jeśli znajdziesz produkt, który jest nowoczesny, ale tani, a którego nie sprzedaje jeszcze nikt w Polsce, wówczas możesz rozpocząć import mając w kieszeni zaledwie 5 tysięcy złotych.
3. Chińczycy są w stanie wyprodukować każdy towar, o każdej jakości i w możliwie najniższej cenie. Przekonanie o słabej jakości chińskich wyrobów bierze się stąd, że w Polsce głównym czynnikiem zakupowym jest cena – nieustanne parcie na obniżanie cen, wpływa na obniżanie jakości.
4. Według opinii polskiego biznesu polski rząd niewiele robił, by wspierać polskie firmy w handlu z Chinami. Być może się to zmieni. Powstał e-mail, na który możesz wysłać wszelkie pomysły związane z ożywieniem stosunków gospodarczych z Chinami: dap-idea@msz.gov.pl.

2. Jak wyszukać partnera w Chinach

W dobie rozwiniętego dostępu do Internetu oraz istnienia wielu firm wyszukujących partnerów w Chinach, znalezienie eksportera jest stosunkowo proste. Natomiast jakość tego znaleziska, zależy już od znajomości chińskich realiów, szczęścia, doświadczenia pośrednika i posiadanych pieniędzy. Przyjrzyjmy się możliwościom.

2.1. Firmy pośredniczące

Wraz z rosnącym zapotrzebowaniem na import z Chin, firm, które oferują obsłużenie takiego importu jest coraz więcej. Plus tego jest oczywisty. Więcej pośredników to lepszy i szybszy do nich dostęp, a także bardziej konkurencyjne ceny. Jest jednak też minus. Nowi pośrednicy zazwyczaj mają niktę doświadczenie w sprowadzaniu towarów do Polski, a doświadczenie jest tu kluczowe.

Załóżmy, że chcesz zlecić chińskiej fabryce produkcję odzieży. Niedoświadczony pośrednik, znajdzie taką fabrykę przez Internet, nawiąże z nią kontakt po angielsku i zamówi towar. Na miejscu w Polsce okaże się, że sprowadzona odzież powinna przejść system podwójnej kontroli, a importer nie otrzyma stosownego zezwolenia z Ministerstwa Gospodarki, gdyż nie zdobył wcześniej licencji eksportowej. Albo otrzyma takie zezwolenia, ale okaże się, że metki w odzież są źle wszyte, albo rękawy za długie, albo rozmiarówka za mała. Doświadczony pośrednik, który zajmuje się tym od kilku, bądź kilkunastu lat, wie, że są to podstawowe sprawy, na jakie zwraca się uwagę sprowadzając odzież z Chin. Doświadczony pośrednik nie tylko przypilnuje w Chinach, by odzież pasowała do europejskich standardów i wymiarów, ale też wynegocjuje o wiele niższą cenę, a w przypadku problemów z producentem, ma o wiele większe szanse na pomyślne ich rozwiązanie.

Inny przykład – wszelkiego rodzaju maszyny. Jeśli pośrednik nie ma doświadczenia w ich imporcie to nie będzie wiedział, że sprowadzana, np. kosiarka spalinowa musi być zgodna z trzema dyrektywami (maszynowa, hałasowa, elektromagnetyczna), by sprostać polskim przepisom pozwalającym wprowadzenie jej do obrotu. Brak doświadczenia wyjdzie też, gdy mimo skompletowania niezbędnych certyfikatów i deklaracji zgodności, okaże się, że badania nie były przeprowadzone przez jednostkę notyfikowaną, a ten szczegół sprawi, że możemy zapomnieć o wprowadzeniu na rynek np. pił spalinowych.

2.2. Wyjazd do Chin

We wstępie do tego rozdziału napisałem o czterech czynnikach wpływających na jakość biznesu z chińskim eksporterem. Jeśli masz pieniądze na to, by polecieć do Chin i spotkać się

z producentami w ich fabrykach, jeśli zlecisz obsługę doświadczonemu pośrednikowi, który zna chińskie realia i jeśli trafisz na rzetelne fabryki, wówczas od sukcesu dzieli Cię niewiele. Koszt tygodniowego wyjazdu biznesowego, w trakcie którego odwiedza się ok. 7 fabryk to wydatek rzędu kilkunastu tysięcy złotych.

Jadąc na taki wyjazd pamiętaj o kilku rzeczach:

- poznaj podstawy chińskiej kultury biznesowej (patrz podrozdział 3.6) – będziesz lepiej odbierany przez potencjalnych kontrahentów
- zatrudnij tłumacza, który zna język polski i chiński – jeśli słabo znasz angielski, jest to niezbędne, jednak nawet gdy dobrze porozumiewasz się w tym języku, mogą nie znać go Twoi potencjalni partnerzy, nie mówiąc już o samym poruszaniu się po Chinach i organizowaniu sobie życia – tłumacz znający język chiński i mający doświadczenie w obsługiwaniu tego typu podróży jest niezbędny (stawki wahają się od 120 do 200 euro netto za dzień pracy tłumacza)
- o ile to możliwe nie planuj odwiedzenia więcej niż jednej fabryki dziennie, chyba, że masz absolutną pewność, że fabryki są niedaleko siebie i masz zapas czasowy – w przeciwnym razie możesz napotkać różne trudności, które uniemożliwią Ci skuteczne działanie (mogą to być sprawy przyziemne, np. korki lub sprawy ważne, np. wspólny obiad z dyrektorem fabryki, którego nie wypada odmówić)

Jeśli nie stać Cię na wizytę w Chinach, powierz zlecenie firmie pośredniczącej – koszt obsługi zaczyna się od 500 złotych, a kończy na tysiącach, w zależności od stopnia złożoności importu. Czym innym jest import tyczek bambusowych z jednej fabryki, a czym innym sprowadzanie po 400 sztuk różnych produktów z kilkunastu fabryk.

Jeśli jednak nie stać Cię na wizytę w Chinach, ani na opłacenie firmy pośredniczącej, cały import możesz również przeprowadzić sam. Pewnie dlatego też kupiłeś tę książkę. W następnych podrozdziałach przeczytasz, jak pomocny w tym okaże się Internet.

2.3. Alibaba.com

Alibaba.com to internetowy portal, który powstał w 1999 roku w Chinach. Jest największą na świecie platformą b2b (business to business), skupiającą miliony firm z całego globu. Gdy w 2004 roku zaczynałem przygodę z importem, serwis Alibaba.com był pierwszym miejscem od jakiego zacząłem poszukiwania chińskich fabryk. Podobnych serwisów jest więcej, ale opiszę je dalej. W tym podrozdziale przybliżę Ci najważniejsze informacje, jakie powinieneś znać korzystając z Alibaby.

Na początek, skrócona instrukcja obsługi.

- by w pełni korzystać z Alibaba.com, trzeba się zarejestrować podając imię i nazwisko, nazwę firmy oraz dane teleadresowe, a następnie zalogować się