

ГОСПОДДЕРЖКА

Бизнес-миссия выполнима

«У многих складывается впечатление, что международные мероприятия, которые проводит губернатор, доступны лишь избранным. Это не так»

ЕКАТЕРИНА ГАСПЕР

Обсуждая на организованном Пермской торгово-промышленной палатой «круглом столе» развитие международных и межрегиональных связей, представители власти и бизнеса сошлись во мнении, что совместное участие в деловых поездках позволяет предпринимателям с минимальными временными и финансовыми затратами получить максимальный результат и продвигать свою продукцию на зарубежные и российские рынки.

По словам вице-президента Пермской ТПП Елены Мироновой, палата занимается торжево-экономическими миссиями с 1993 года и на сегодня уже стала лидером в этом направлении среди территориальных палат. За два-три дня организованной поездки предприниматели успевают сделать в несколько раз больше, чем если бы поехали самостоятельно. К примеру, недавняя поездка в Казахстан, по словам Мироновой, принесла пермской делегации 14 контрактов на 80 млн руб. Именно поэтому число бизнес-миссий сегодня стремительно растёт.

Елена Миронова, вице-президент Пермской ТПП:

— Бизнес-миссия — это первые переговоры, которые дают возможность предприятиям познакомиться со своими партнёрами. По сравнению с индивидуальным участием они выгодны тем, что предприниматели получают официальный статус и освобождаются от всех организационных вопросов.

Содействие в этой деятельности оказывают и властные структуры. Так, после того как в 2009 году было подписано соглашение о сотрудничестве Перми с Дуйсбургом (Германия), Пермская городская дума инициировала поездку в этот город-партнёр. Сегодня это совместная работа с проведением целевых бизнес-миссий. Например, за основу проекта Пермской ТПП «Кадры под ключ» был взят именно немецкий опыт. А сейчас в Дуйсбурге и Дюссельдорфе находится пермская делегация с участием Союза краевых потребительских обществ.

Вместе с этим Елена Миронова подняла вопрос об увеличении государственной поддержки в продвижении продукции Пермского края — в первую очередь даже не финансовой, а статусной — это участие в официальных поездках представителей руководства региона. По словам вице-президента Пермской ТПП, в последнее время растёт количество встреч в посольствах, где затрагиваются вопросы не только сотрудничества в сфере бизнеса, но и инвестиций в Пермский край, крупных бюджетных контрактов. Например, таковые были в Китае и Армении. И здесь одного статуса ТПП недостаточно. Отправной точкой, по предложению Елены Мироновой, может стать

презентация экономического потенциала региона в Вене и Братиславе в ноябре, где Пермский край уже заявлен как регион-партнёр.

Заместитель председателя краевого правительства Алексей Чибисов подтвердил, что работа, связанная с торжево-экономическими миссиями, важна для пермского бизнеса, однако подчеркнул, что обеспечить участие во всех из них членов правительства невозможно. По словам вице-премьера, увеличить пользу от деловых поездок можно сформировав бизнес-миссии по отраслевому признаку. Это, по мнению Чибисова, позволит пермским компаниям выйти на конкретных потенциальных партнёров за пределами РФ и при этом не подразумевает необходимости присутствия постоянного представителя власти.

Участники «круглого стола» поддержали предложение Алексея Чибисова формировать делегации по отраслевому признаку. Однако руководитель направления продаж продукции горно-шахтного машиностроения и металлургии ЗАО ТД «Мотовилихинские заводы» Сергей Пинягин обратил внимание на то, что не каждое предприятие может финансово позволить себе принять участие в крупной отраслевой выставке, поэтому «выходом может стать единый отраслевой стенд региона».

Заместитель председателя Пермской городской думы Юрий Уткин дополнил, что акцент нужно делать не на отраслевом, а на технологически-отраслевом направлении, чтобы выстроилась цепочка «потребитель — производитель», что значительно улучшит коммуникации между предпринимателями.

Юрий Уткин, заместитель председателя Пермской городской думы:

— Центр ответственности за бизнес-миссии лежит на Пермской ТПП, органы власти здесь — лишь субподрядчики. Задача палаты — критически смотреть на состав участников пермской делегации, потому что, к сожалению, не все компании имеют хорошую репутацию. Визитная карточка предприятия должна быть на достойном уровне. Надо понимать, что деловая поездка — это не отпуск. Это серьёзная интеллектуальная подготовка. Руководитель компании должен ответить себе на несколько вопросов: увеличит ли это доходы, снизит ли расходы и снимет ли риски в будущих периодах.

«Развитие межрегиональных связей — необходимое условие поддержания деловой активности»

Кирилл Хмарук, министр промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края:

— Взаимодействие власти и ТПП за счёт средств краевого и федерального бюджетов в интересах пермского бизнеса должно искать новые подходы и формы выражения.

Развитие межрегиональных связей — необходимое условие поддержания деловой активности. Это стало особенно актуальным после того, как Россия вступила в ВТО и конкуренция усложнилась. А межрегиональный и международный обмен является одним из ключевых факторов выживания в этой среде.

В прошлом году в структуре краевого правительства было создано Агентство по инвестициям и внешнеэкономическим связям, которое возглавила Елена Зыкова. С его появлением, как рассказал Алексей Чибисов, число официальных международных бизнес-контактов многократно возросло. Однако из-за отсутствия полной структурированной базы интересантов круг приглашённых пока «довольно узок».

Алексей Чибисов, заместитель председателя правительства Пермского края:

— У многих представителей бизнеса складывается впечатление, что международные мероприятия, которые проводит губернатор и организует правительство края, доступны лишь избранным. Это не так. Из-за отсутствия базы данных мы работаем в основном только с теми, кто пользуется услугами по поддержке малого и среднего бизнеса. Нам нужна более полная информация о том, чего хотят предприниматели от внешнеэкономической деятельности. Мы открыты любым предложениям. Но есть большое количество самодостаточных предприятий, которые следуют принципу «не взаимодействовать», потому что нашли свою нишу. Спрашивать у них, что им нужно, неподготовлено. Это должно быть встречным движением.

Предприниматели, в свою очередь, высказали гарантированную заинтересованность в этом движении навстречу. Так, по словам директора ООО «Камская промышленная компания» (производит автоматизированные торговые автоматы для продажи питьевой воды) Алексея Калинина, это предприятие продвигает свою продукцию в основном с помощью бизнес-миссий, из каждой привозя по два-три контакта с результативностью 100%. Сейчас, например, ведутся переговоры по поводу установки её киосков за пределами Пермского края.

ООО «Краснокамский РМЗ» — также в числе постоянных участников деловых поездок, на которых заключает дилерские договоры с партнёрами в других регионах. Руководитель отдела маркетинга и продаж Алексей Мильчаков признался, что бизнес-миссии реально помогают экономить, и высказал пожелание «хватывать не только Центральную часть России, но и развиваться в сторону Сибири». ■

НОВОСТИ КОМПАНИЙ

ROSSET расширяет рынки сбыта

С 20 по 24 августа представители ОАО «Краснокамский завод металлических сеток» (КЗМС, торговая марка ROSSET) посетили Китай. В рамках поездки состоялось посещение выставки «Новые материалы и технологии в производстве химических волокон», проходившей в крупнейшем экспоцентре Шанхая. Кроме того, прошли переговоры с представителем ОАО «КЗМС» на Тайване — фирмой Accomplish Enterprises Co., Ltd., которая уже несколько лет поставляет краснокамские сетки местным бумажникам.

Представители ОАО «КЗМС» побывали на нескольких бумажных предприятиях, как уже использующих продукцию завода, так и являющихся потенциальными заказчиками.

Краснокамское предприятие активно расширяет географию поставок, особенно в страны Азии — растущие рынки. В июле была осуществлена первая поставка сеток во Вьетнам. Кроме того, ОАО «КЗМС» теперь производит не только формующие сетки для бумагоделательных машин (БДМ), но и сушильные, что позволит предприятию более полно удовлетворять спрос производителей бумаги на одежду для БДМ. реклама