

Николай Лысенко: К выходу на рынок Польши нужно относиться не просто как к организации продаж на экспорт, а как к инвестиционному проекту!

В чем особенность польского рынка, чем отличается ментальность ведения бизнеса украинцев и поляков, как Covid-19 ударил по предпринимателям в этой стране и как теперь, во времена онлайн, быть с деловым общением за бутылочкой хорошего вина – директор Украинского Бизнес Центра в Польше Николай Лысенко.

- Особенности польского рынка до карантина и в кризис? До этого потенциальными сферами для инвестирования в Польшу для украинцев были: кафе, рестораны; аптеки; небольшие магазины; салоны красоты... А сейчас? Во что вы бы советовали инвестировать и когда, принимая во внимание прогнозирование следующей волны Covid-19 ?

- На самом деле не только этим занимаются украинцы в Польше. Основное – это торговля. Часто здесь открывается торговый дом, где наши земляки выступают как учредители, члены правления. Они могут жить в Польше, а могут находиться в других странах – в той же Украине. Поэтому в процентном соотношении всех юридических лиц в целом, я так оцениваю, где-то 4 000-5 000 компаний, созданных украинцами.

Второй сектор – это строительство и логистика. (Здесь зарегистрировано много транспортных компаний с украинскими корнями, перевозящие грузы по всей Европе). Кстати, строительные компании в карантин продолжали работать и даже наращивали обороты. Третий – сфера услуг (рекрутинговые, консультационные агентства). Затем только – кафе, рестораны, парикмахерские, салоны красоты... Есть и производство: цеха, оборудования, поляки или украинцы, наняты на работу. Это бизнес, который мог быть в Украине, затем перенесен или открыт, или вообще создан с нуля под какие-то бизнес-тенденции, которые существуют в мире, а не только в Польше.

Пострадала, конечно, сфера услуг – там, где просто невозможно оказывать услугу без посещения клиента. При этом надо понимать, что сфера розничной торговли так или иначе существовала. Кафе тоже в какой-то степени работали. Наши клиенты, например, а это в данном случае - кафе и салон (ремонта телефонов и компьютеров), в карантин продолжали работать: делали доставку, забирали оборудование на ремонт, а уже потом у себя в цеху продолжали работу. Украинцы, мне кажется, умеют справляться с кризисами, умеют приспосабливаться к ситуациям.

Во что теперь инвестировать? Прежде всего, инвестировать стоит! По той информации, которой мы сейчас обладаем, главное - это выход из кризиса Германии. А польская экономика в очень большом объеме нацелена на выполнение заказов из этой страны. Как вы думаете, какая отрасль в сфере экспорта в Польше является самой большой?

- **Не знаю.**

- Производство автозапчастей по заказам немецких концернов!

Если Германия заработала, заработает и Польша! Польша – это большой логистический hub. Там за последние 15 лет очень много проинвестировали в логистическую инфраструктуру. Поэтому все, что связано с онлайн-бизнесом, - доставкой, хранением, строительством этих объектов будет хорошо работать.

Дело в том, что вхождение онлайн-бизнеса в жизнь поляков раньше происходило примерно с такой тенденцией: 7-8% среднего роста онлайн-бизнеса в странах Западной Европы, а в Польше – по 20-25% прироста в год. А сейчас объем продаж онлайн будет еще больше! Раньше онлайн-продажа продуктов (питания) занимала 4-5% в общем объеме онлайн-бизнеса. Сейчас этот процент уже вырос и будет дальше увеличиваться. Самый главный эффект от этого: производитель может через систему онлайн-продаж прийти до конечного потребителя, и в розничных продажах, даже постепенно создать свою личную базу конечных покупателей.

Очень развивается все, что связано с услугами по развитию онлайн-продаж. Это интернет-продажи, диджитал-маркетинг, специализация в сфере создания порталов, информационных систем. Кто-то сказал: если в вашем бизнесе нету IT-составляющей, то вас тоже нет как бизнеса.

- **Собственно, вы, Николай, уже начали отвечать на следующий вопрос. Очевидно, что онлайн – это новая реальность, с которой всем, в том числе и бизнесу, придется считаться еще долгое время. А как личные встречи оффлайн за кофе, вином и ужином, которые помогают выстраивать отношения?**

- Я думаю, что хорошее вино никто не отменял. *(Смеется)*. Бутылочку всегда можно передать коллеге, партнеру доставкой, а потом сесть и, общаясь по Skype или Zoom, выпить бокал. К сожалению, нет может тех эмоций, как за вином при личной встрече, а они нужны любому человеку.

Несмотря на то, что отношения нужно выстраивать, они должны быть персональные в любом случае, но некая зависимость от подарков/ужинов постепенно переходит в такую простую деловую плоскость. Сколько подарков не дари, большая часть уверенности в партнере – это его действия, конечный результат, прибыль, которую можно поделить.

Если говорить о сфере услуг (товар можно увидеть, а услугу часто увидеть сложно), то тут самое важное - это доверие к человеку, с которым собираешься работать. Как его быстро создать? Это всегда вопрос, риск для того, кто принимает решение о выборе подрядчика, исполнителя. Конечно, личные встречи помогают. Но есть определенные критерии, по которым можно оценивать своего возможного исполнителя, подрядчика: зайти в определенные базы данных, посмотреть финансовую отчетность, своевременность ее подачи. И в Польше, и в Украине такие реестры есть. Дело в том, что вся финансовая отчетность постепенно открывается, постепенно создается обмен информацией между странами.

- Насколько украинский бизнес со своими предложениями конкурентный? Насколько бизнес в Польше отличается от украинского? В чем особенность?

- Ментальность ведения бизнеса, подхода к нему – отличаются. Часто – существенно. У украинского бизнеса не хватает терпения и стратегического взгляда. Например, в этом году в Украине есть излишек какого-то продукта и ищут, куда его продать. Ага, давайте в Польшу. Это всегда очень большая маржа, на которую рассчитывают, всегда быстрое желание отбить вложенные деньги в товар, затраты на командировки. И это непонимание того, что поляки безразличны ко всем достижениям того или иного украинского предпринимателя на украинском рынке.

Понимаете, разница в чем? В Польше цивилизованному бизнесу 25 лет минимум. Есть частные компании, которым 50 лет и больше. То, что мы сейчас должны делать с выходом на европейский рынок, поляки сделали в начале 90-х с выходом на рынки Германии, Франции. Мы производим чаще сырье или в лучшем случае – полуфабрикаты. Например, продаем курицу и этим хвастаемся на всю Европу. Поляки покупают нашу курятину, делают бутерброды и продают уже готовый продукт во Францию. У кого больше добавленная стоимость? У кого больше рентабельность бизнеса? И в этом практически мы везде. Пытаемся замороженную ягоду поставлять и то постоянно «пляшет» качество. Наша продукция есть везде. В том или ином объеме. Но нам не хватает этого бизнесового терпения. Сами поляки говорят украинцам: для выхода на наш рынок вам нужно три года – чтобы стабильно работали, вам стали доверять, как своим.

К этому надо относиться не как к проекту продаж, а как к проекту инвестиций. Инвестировать в свое присутствие, имя, узнаваемость бренда. Есть украинские компании, которым по 5 лет, и они уже закрепились, их знаю, с ними работают. И никаких различий, что ты украинец, а не поляк – нет, если доказываешь, что тебя можно уважать за результат.

- Как государство Польша поддерживает сейчас бизнес, в частности - средний и малый? В чем отличие от Украины? Есть ли льготы во время карантина?

- 31 марта польский парламент принял первый антикризисный закон. (Сейчас их четыре). Была начата целая программа помощи бизнесу. Начата с микро-бизнеса. (В Польше есть такое деление – микро-бизнес – это компания с небольшими оборотами, где работают до 9 человек). Программы были разные. Во-первых, переносили оплату и подачу годовых платежей по налогу на прибыль. Сместили новшества, которые собирались вводить в налоговое законодательство.

Простой пример: кредит на 5000 злотых (чуть больше 1000 евро). В Украине, по моему, никому в таком объеме не давали. Я даже не хочу оценивать антикризисные меры в Украине – тут бизнес остался выживать сам.

Здесь также пишут о том, что много частных предпринимателей подали заявление на замораживание своей деятельности. В Польше сделали так, чтобы компании

могли обратно все «открыть», воспользоваться помощью государства и продолжать свою деятельность.

Скажем так: в Польше также не все идеально, не все критерии, расчеты, по которым компании могли соответствовать помощи от государства. Как поляки сами говорят: мы даже (государственное) программное обеспечение создаем на ходу, не было прецедента готовиться к этому. Но все было сделано для того, чтобы компании продержались. Этих денег не достаточно, чтобы развиваться, но продержаться можно.

- Структура экспорта-импорта между Польшей и Украиной. Насколько успешными могут быть украинские товары в Польше? Интересен ли польскому инвестору рынок в Украине?

- В самой большой сети польских супермаркетов Biedronka 90% продуктов местного происхождения. В украинских супермаркетах вы увидите: польские конфеты, сыры, замороженные супы, замороженные овощи...Мы что не можем заморозить овощи? У нас что овощей нету? Брендов? Логистики?

У одного из самых крупных производителей меда в Украине собственник – поляк. Этот мед собирается здесь, расфасованный продается в Польше (в Украине мед часто продается в бочках оптом) под польским брендом с надписью: мед с европейских пасек, с чем трудно не согласиться: Украина – это Европа.

Важно понять, что польская экономика похожа на украинскую – в части отраслевой специфики. Польша тоже аграрная страна. Там очень много микро, малых и средних производителей, которые поддерживаются государством и европейскими дотациями. То есть, вести сельскохозяйственный бизнес в Польше выгодней. Поэтому надо искать отрасли, куда можно войти и закрепиться. Условно говоря, не яблоки продавать, а яблочное пюре (чем больше переработка, тем меньше конкуренция). Ну и дальше искать варианты работы – с партнерами или самостоятельно... Главное иметь хорошо просчитанный маркетинг и стратегию на выход на рынок, работу первые два-три года и закрепление на нем. И желательно через польскую свою же структуру, потому что она имеет возможность получить тот же самый лизинг, те же дешевые по сравнению с Украиной кредиты, участие в дотационных программах.

У нас прекрасные конфеты, овощи, фрукты, улитки начали выращивать. Есть много разработок в сфере строительных материалов с использованием современных технологий. Просто все это надо подготовить, сертифицировать. Поэтому пока, простите, самым лучшим ресурсом в Украине являются люди.

А рынок в Украине интересен. Интересна ли Украина на данный момент с происходящими политическими событиями? Постоянная смена операционного менеджмента восторг не вызывает. Но если мы говорим об одном из рынков, который для Украины является главным в экспорте, - сельско-хозяйственный бизнес, то принятие закона об открытии рынка земли с прицелом на следующий

год может быть интересным. Также в Украине недооценены активы и в этих условиях они еще падают (в цене).

Хорошая отрасль для инвестирования – IT. Для людей, которые любят риски, и умеют ими управлять - это хорошее время.

- Группа Русскоговорящий бизнес. Деловой форум. Чем эта и подобные группы могут помочь бизнесу сейчас налаживать экономические отношения в эпоху коронавируса? Насколько важным является общение онлайн представителей бизнеса, учитывая ограничения, которые накладывает карантин?

- Такая группа нужна, чтобы обеспечить помощь людям, которые занимаются разными вопросами и живут в разных странах, но которые могут кооперироваться, помогать друг другу, делать совместные бизнес-проекты, создавать экспертные команды, быстро обмениваться опытом и информацией между странами. Ведь бизнес интернациональный. И бизнес – это не one man show. Это группа как раз для того, чтобы этот процесс был эффективным.

- Украинский композитор Николай Лысенко – не ваш родственник?

- Нет. «Конкурент» в Google, потому что я тоже Н.В. *(Смеется)*.

Справка.

Николай Лысенко – родился в Полтаве. Закончил там Государственный Технический Университет по специальности – экономика. Затем – аспирантуру Киевского Национального Экономического Университета по бухгалтерскому учету. Работал генеральным и финансовым директором в международных группах компаний. Преподавал много лет management accounting на программах MBA в МИБ, КБШ. Около 5 лет был соучредителем и управляющим партнером BDO Consulting в Украине. В Польшу переехал в 2014 году. Работает в Польско-Украинской Торговой Палате директором Украинского Бизнес Центра. Помогает с выходом украинского бизнеса в Польшу и наоборот – польского – в Украину. Имеет бухгалтерскую (ICF Polska Sp. z o.o., www.icfp.pl) и IT компании (SBC Sp. z o.o., www.sbc-group.pl).

Беседовала Надежда Тысячная

Николай Лысенко, Эксперт по развитию бизнеса в Польше.

Директор Ukrainian Business Center при Polish-Ukrainian Chamber of Commerce – помощь в развитии экспорта/импорта, поиск клиентов/поставщиков/партнеров.

Управляющий партнер в группе компаний: ICF Polska Sp. z o.o. – бухгалтерский аутсорсинг, налоговое консультирование (www.icfp.pl), SBC Sp. z o.o. – IT услуги (www.sbc-group.bitrix24.site).