

Hiszpańskie konsorcja eksportowe – gotowe rozwiązanie dla polskich eksporterów

Konsorcja eksportowe jako narzędzie umożliwiające eksport dla małych i średnich przedsiębiorców sprawdziły się w Hiszpanii. Zastosowanie tego ciekawego instrumentu możliwe jest również w Polsce, ogranicza on bowiem ryzyko związane z eksportem.

Uwagi wprowadzające

Aktualnie realizowany jest w naszym kraju w ramach programu Phare projekt pod nazwą Krajowy Rozwój Eksportu. W ramach tegoż projektu prezentowana jest koncepcja nowego instrumentu wspomagającego polski eksport realizowany przez małych i średnich przedsiębiorców, mianowicie konsorcjum eksportowego. Instrument ten, chociaż w kategoriach ekonomicznych może być traktowany jako instrument typu mikro, powinien moim zdaniem wzbudzić zainteresowanie u wszystkich przedsiębiorców, realnie myślących o perspektywie wejścia ze swoją ofertą na rynki zagraniczne, w tym unijne. Stanowi on bowiem swoistą metodę outsourcingu niektórych usług związanych z dokonywaniem eksportu, ze względu zaś na wymóg prawnej regulacji, daje też pole do popisu dla prawników świadczących obsługę obrotu gospodarczego.

Konsorcja eksportowe jako mechanizm wspomagania krajowego eksportu pojawiły się po raz pierwszy we Włoszech ponad 25 lat temu, a drugim krajem, który na szerszą skalę rozwinął ten instrument jest Hiszpania. To właśnie model hiszpański ma stać się wzorcowym dla rozwoju podobnego instrumentu w Polsce. W chwili obecnej trwają prace dotyczące adaptacji modelu hiszpańskiego w Polsce.

Z tego powodu hiszpańskie konsorcja eksportowe mogą budzić zainteresowanie.

Niniejszy tekst opiera się w całości na danych dostarczonych przez firmę konsultingową Asesores de Comercio Exterior z siedzibą w Madrycie, której polskim konsultantem jest autor.

Co to jest konsorcjum eksportowe?

Konsorcjum eksportowe według doświadczeń hiszpańskich to grupa przedsiębiorców mających na celu współpracę i wspólne działanie na rynkach zagranicznych, w szczególności poprzez promocję swoich produktów i ich sprzedaż na rynkach zagranicznych.

Wyróżniającą cechą konsorcjum eksportowego na przykładzie hiszpańskim jest to, że posiada ono własny, odrębny od tworzących je przedsiębiorców status prawny. Właśnie kwestia statusu prawnego konsorcjum eksportowego oraz uregulowania związane ze współpracą pomiędzy przedsiębiorcami tworzącymi konsorcjum stanowią cechę decydującą o atrakcyjności konsorcjum.

W porównaniu z typową umową konsorcjum, które jest umową zawierającą wzajemne zobowiązanie stron do wspólnego dążenia do osiągnięcia założonego celu gospodarczego poprzez podejmowanie określonych działań, konsorcja hiszpańskie wyróżniają się właśnie podmiotowością prawną, która przy wykorzystaniu niektórych formuł prawnych zorganizowania się przedsiębiorców może przybrać postać osobowości prawnej. Zatem celowe jest omówienie kwestii statusu prawnego konsorcjów hiszpańskich.

Działalność konsorcjum eksportowego według doświadczeń hiszpańskich w pewnym sensie przypomina departament handlu zagranicznego dla jego członków, który posiada następujące podstawowe zalety:

- przedsiębiorcy tworzący konsorcjum są zbliżonej wielkości i pochodzą z sektora MSP,
- rozszerza ofertę eksportową i uzupełnia potencjał negocjacyjny poszczególnych przedsiębiorców tworzących konsorcjum w kontaktach z klientami, zwłaszcza dużymi sieciami handlowymi, hipermarketami itp.,
- koszty wejścia na rynki zagraniczne są dzielone pomiędzy kilku przedsiębiorców, co w konsekwencji prowadzi do ich obniżenia. Pozwala to uzyskać znaczne indywidualne oszczędności przez poszczególne firmy tworzące konsorcjum. W wielu przypadkach umożliwia to małym i średnim przedsiębiorstwom prowadzenie eksportu, do czego nie byłyby zdolne w pojedynkę,
- posiada wsparcie ze środków publicznych przewidziane dla konsorcjów eksportowych w pierwszym okresie działalności.

Handel zagraniczny, zwłaszcza promocja i penetracja rynku zagranicznego, najczęściej wymaga znacznych nakładów inwestycyjnych. Możliwość wykorzystania środków publicznych do zmniejszenia obciążenia finansowego firmy jest niewątpliwą zaletą dla małych i średnich przedsiębiorstw,

- jest odrębnym podmiotem prawa od tworzących je przedsiębiorców, co oznacza że samodzielnie występuje w obrocie gospodarczym, samodzielnie dokonuje eksportu.

W Hiszpanii konsorcja eksportowe powstają od roku 1983. Instituto Espanol de Comercio Exterior - ICEX (Hiszpański Instytut Handlu Zagranicznego) przy wsparciu stowarzyszeń branżowych i izb handlowych opracował na początku lat osiemdziesiątych specjalny program propagujący wśród małych i średnich hiszpańskich przedsiębiorców tworzenie i rozwój konsorcjów eksportowych, ponieważ inne dotychczas funkcjonujące w Hiszpanii instrumenty (takie, jak branżowa karta eksportu, wspieranie nowych eksporterów itp.) okazały się być nieskuteczne. Obecnie ICEX wspiera przeszło 6% hiszpańskiego eksportu. Jest to jedyna instytucja publiczna, która udziela dotacji na rzecz eksportu za pośrednictwem konsorcjów eksportowych według określonych kryteriów selekcji. W latach 1983 – 2001 ICEX wspierał ponad 330 konsorcjów eksportowych w Hiszpanii. Obecnie liczba firm beneficjentów programu zrzeszonych w ramach 90 konsorcjów eksportowych wspieranych w ramach programu przekracza 450. Oprócz konsorcjów korzystających jeszcze z programów wsparcia działają liczne konsorcja, które z takiego wsparcia już nie korzystają z tego względu, iż osiągnęły stabilizację przychodów i nie wymagają pomocy publicznej. Dodać zresztą należy, iż wsparcie publiczne dla konsorcjów z założenia ma charakter przejściowy i docelowo konsorcja mają radzić sobie same.

Efektom realizacji programu jest to, że **firmy bez wcześniejszego doświadczenia w eksporcie osiągnęły w ciągu dwóch lat od przystąpienia do konsorcjum eksportowego średnioroczny poziom eksportu ok. 200.000 Euro**

, przy czym wyniki eksportu były znacznie większe dla tych członków, którzy już wcześniej eksportowali. Średnio w czwartym roku działalności członkowie konsorcjów wykazują eksport na poziomie 418% eksportu w pierwszym roku istnienia konsorcjum. Konsorcja doprowadziły też do dywersyfikacji rynków zbytu pod względem geograficznym, co zapewniło stabilizację wolumenu eksportu dokonywanego przez

członków konsorcjów. W ogólności zaś **konsorcja eksportowe odpowiedzialne są obecnie za około 6-7% hiszpańskiego eksportu**, przy czym przedsiębiorcy zrzeszeni w konsorcjach deklarują, iż eksport stanowi około 52% ich globalnej produkcji.

Podkreślenia wymaga fakt, iż obecnie, kiedy to hiszpańskie konsorcja w pierwszej fazie istnienia są współfinansowane ze środków publicznych, ich „śmiertelność” wynosi około 23% w czwartym roku, czyli już po ustaniu wsparcia ze strony publicznej.

Rodzaje konsorcjów

W praktyce hiszpańskiej występują rozmaite rodzaje konsorcjów eksportowych, przy czym wyróżnia się konsorcja handlowe i brokerskie. Pierwsze zajmują się działalnością promocyjną oraz dokonują sprzedaży produktów swoich członków zagranicę. Z kolei konsorcja brokerskie, nazywane też promocyjnymi zajmują się jedynie promocją produktów swoich członków i nie dokonują sprzedaży. Konsorcja brokerskie szczególnie rozpowszechnione są we Włoszech.

Z kolei działalność konsorcjów eksportowych w Hiszpanii nie koncentruje się tak mocno na promocji jak we Włoszech. W większości przypadków występują konsorcja handlowe.

Konsorcja handlowe wykazują następujące wspólne cechy:

- prowadzą one promocję i sprzedaż produktów konsorcjum za granicą,
- większość z nich prowadzi działalność gospodarczą pod znakiem towarowym, lub też oznaczeniem geograficznym konsorcjum, niezależnie od tego, czy zostały utworzone w kraju pochodzenia, czy w kraju przeznaczenia, to jest takim, do którego kierowany jest eksport.
- faktury handlowe wystawia bezpośrednio Konsorcjum, co oznacza, iż w stosunkach handlowych z importerami konsorcjum występuje jako samodzielny podmiot z wszelkimi tego konsekwencjami.

Pomimo niewątpliwych korzyści wynikających z utworzenia konsorcjum jako praktycznego rozwiązania dla małych i średnich przedsiębiorstw starających się o uzyskanie dostępu do rynków zagranicznych, sam proces tworzenia konsorcjum jest dość trudny. Wśród problemów, które mogą wystąpić w konsorcjum eksportowym można

zaobserwować dwie różne fazy: fazę przed utworzeniem konsorcjum oraz fazę, która następuje po jego utworzeniu.

Przed założeniem konsorcjum głównymi problemami, na jakie napotkali organizatorzy hiszpańskich konsorcjów eksportowych, a więc ICEX oraz izby regionalne i stowarzyszenia branżowe były: konieczność zidentyfikowania towarów nadających się na eksport, wyszukanie przedsiębiorców zdecydowanych na uczestnictwo w podobnym projekcie oraz konieczność przekonania ich do konieczności połączenia się we wspólnym przedsięwzięciu. Nie bez znaczenia jest też kwestia określenia źródeł finansowania takiego konsorcjum. Powszechnym problemem, który przewija się przy poszukiwaniu partnerów jest indywidualizm przedsiębiorców sektora MSP oraz brak tradycji zrzeszania się. Zjawisko to występuje dość silnie w Hiszpanii. Poza Krajem Basków, zarządy spółek hiszpańskich z reguły bardzo niechętnie podchodzą do zrzeszania się w grupy, ponieważ oznacza to pewną utratę swobody działania i zwiększenie jego przejrzystości. Należy się spodziewać podobnych problemów przy tworzeniu konsorcjów w naszym kraju. Z kolei po założeniu konsorcjum kluczową kwestią jest właściwy zarząd tym konsorcjum oraz zapewnienie mu źródeł finansowania, w tym dotacji ze środków publicznych.

Jednak jak wskazuje doświadczenie Hiszpanów, konsorcja eksportowe stanowią dobre rozwiązanie dla krajów, które w związku z wejściem do UE muszą odrobić zapóźnienia gospodarcze.

Więcej na temat konsorcjów eksportowych:

Krajowy Rozwój Eksportu. Pomoc techniczna dla Polski.

Biuro Projektu

Ul. Marszałkowska 77/79, pok. 227,

00-683 Warszawa

tel. (022) 621 95 76

Aleksander Stuglik

*prawnik w Kancelarii Prawnej B. Żuradzka Sp. K.
z Katowic*