

SEMINARIUM:

„MOŻLIWOŚCI EKSPANSJI ZACHODNIOPOMORSKICH FIRM SEKTORA MŚP NA WYBRANE RYNKI ARABSKIE DZIAŁAJĄCE W OBRĘBIE GULF COOPERATION COUNCIL (GCC)”

Termin i miejsce seminarium: 14 listopada 2019 r. – **Hotel Radisson Blu**, Plac Rodła 10, Szczecin

Czas trwania: 9.00-15.00

Celem seminarium jest przekazanie przedsiębiorcom informacji niezbędnych do planowania, organizowania i realizacji eksportu i / lub inwestycji w następujących krajach arabskich: **Arabia Saudyjska, Katar, Kuwejt i Zjednoczone Emiraty Arabskie**. Dodatkowo uczestnicy otrzymają informacje pozwalające zrozumieć struktury biznesowe i gospodarcze rynków arabskich oraz poznają specyfikę kultury wybranych krajów działających w obrębie GCC.

RAMOWY PROGRAM SEMINARIUM:

I. Ogólna charakterystyka rynków półwyspu Arabskiego:

1. Obowiązujące podatki (legalizacja faktur, Instagram).
2. Wzajemne animozje i koneksje rodzinne na Półwyspie Arabskim.
3. Charakterystyka monarchii absolutnych.
4. Wspólne kwestie kulturowe dla wszystkich krajów Półwyspu Arabskiego np. papierosy, tytoń, jedzenie, znaczenie rodziny, język, sposób pracy, zachowania wobec kobiet i zachowania kobiet wobec mężczyzn i innych kobiet, znaczenie relacji, ulubione sporty Arabów.
5. Struktura społeczna.
6. Umowy handlowe w historii i kulturze krajów arabskich.
7. Oczekiwania wobec firm europejskich (nawiązywanie relacji, wygląd oferty, wygląd pracowników, zachowania itd.).
8. Znaczenie komunikatorów i reklamy na Półwyspie.
9. Najlepsze miesiące na wizytę na Półwyspie Arabskim.
10. Konieczność czy fanaberia w obecności na wszystkich rynkach GCC?
11. A co z Bahrajnem i Omanem?

II. ARABIA SAUDYJSKA:

1. **Charakterystyka rynku Arabii Saudyjskiej:**
 - a) zmiany i otwarcie rynku w 2020, faktyczne czy pozorowane?
 - b) możliwości eksportu, branże i obszary,
 - c) weryfikacja największych konkurentów dla polskich przedsiębiorstw.
2. **Przepisy importowe Arabii Saudyjskiej:**
 - a) gdzie szukać informacji,
 - b) wymagania, co do opakowań,
 - c) wymagania, co do produktu,
 - d) waga certyfikatu pochodzenia,
 - e) pozostałe kwestie celne i podatkowe.
3. **Pośrednik na rynku Arabii Saudyjskiej:**
 - a) dostępni w Polsce,
 - b) obecni na rynku Arabii Saudyjskiej,
 - c) weryfikacja polskich firm przez Saudyjczyków.
4. **Zawierania umów z kontrahentami:**
 - a) forma umowy,
 - b) sposoby zawierania umów,
 - c) kwestie własności i spółek w Arabii Saudyjskiej,
 - d) płatności, rachunki bankowe, przetrzymywanie płatności przez banki itd.,
 - e) jak weryfikowani są polscy kontrahenci przez Saudyjczyków.
5. **Podatki pośrednie nakładane na polskich przedsiębiorców przy eksporcie do Arabii Saudyjskiej.**



6. **Różnice kulturowe:**
 - a) znaczenie klanów i rodzin w kontaktach na Półwyspie Arabskim,
 - b) kobieta w biznesie Arabii Saudyjskiej,
 - c) kontakt fizyczny jako element nawiązywanie relacji (przebieg osobista, podawanie dłoni, poklepywania itd.),
 - d) rozmowy handlowe, jako element zapoznawczy,
 - e) prezenty akceptowane, przyjmowanie gości w Europie,
 - f) UWAGA! Ostrożnie z robieniem zdjęć.
7. **Spektakularne przykłady sukcesów i porażek polskich firm na rynku Arabii Saudyjskiej. Jakich błędów unikać?** – przykłady i case study

III. KATAR:

1. **Charakterystyka rynku Kataru:**
 - a) Liczebność,
 - b) Struktura Państwowa,
 - c) Planowane zmiany i transformacja w monarchię parlamentarną,
 - d) Życie i praca w Katarze,
 - e) Szybko rozwijające się branże w Katarze,
 - f) Katar jako okno na Afrykę i możliwość wejścia na kraje Afrykańskie,
 - g) Możliwe branże rozwojowe,
 - h) Weryfikacja największych konkurentów dla polskich przedsiębiorstw
2. **Pozyskiwanie informacji na temat Kataru,**
3. **Nawiązywanie współpracy z Katarczykami:**
 - a) poszukiwanie partnera biznesowego (weryfikacja partnerów),
 - b) czego i kogo poszukują Katarczycy na polskim rynku,
 - c) weryfikacja wiarygodności partnerów,
 - d) sprzedaż b2c
4. **Przepisy importowe Kataru:**
 - a) gdzie szukać informacji,
 - b) wymagania, co do opakowań,
 - c) wymagania, co do produktu,
 - d) waga certyfikatu pochodzenia,
 - e) pozostałe kwestie celne i podatkowe,
5. **Znaczenie referencji i zrealizowanych projektów dla kontrahentów z Kataru.**
6. **Znaczenie umowy i ściąganie wierzytelności.**
7. **Spektakularne przykłady sukcesów i porażek polskich firm. Jakich błędów unikać?** – przykłady i case study

IV. ZJEDNOCZONE EMIRATY ARABSKIE:

1. **Charakterystyka Państwa:**
 - a) Struktura państwowa,
 - b) Liczebność,
 - c) Mniejszość narodowe w ZEA,
 - d) Różnice pomiędzy poszczególnymi emiratami,
 - e) Czy spekulacje na temat bankructwa poszczególnych emiratów są prawdziwe?
 - f) Kto na chwilę obecną wyprowadza swój biznes z ZEA?
 - d) Jak ZEA weryfikuje polskie firmy?
2. **Zawierania umów z kontrahentami:**
 - a) forma umowy,
 - b) sposoby zawierania umów,
 - c) kwestie własności i spółek w ZEA,
 - d) płatności, rachunki bankowe, przetrzymywanie płatności przez banki itd.,
 - e) jak weryfikowani są polscy kontrahenci.
3. **Podatki pośrednie nakładane na polskich przedsiębiorców przy eksporcie do ZEA.**
4. **Pośrednik na rynku ZEA:**
 - a) dostępni w Polsce,
 - b) obecni na rynku ZEA,
 - c) pośrednicy z innych krajów,
5. **Zawierania umów z kontrahentami:**



- a) forma umowy,
 - b) sposoby zawierania umów,
 - c) kwestie własności i spółek w ZEA,
 - d) otwieranie spółek w ZEA,
 - e) płatności, rachunki bankowe, przetrzymywanie płatności przez banki itd.,
- 6. Negocjacje:**
- a) NDA i zachowanie absolutnej dyskrecji zarówno podczas spotkań prywatnych i państwowych,
 - b) Spektakularne przykłady sukcesów i porażek polskich firm na rynkach zachodnich. Jakich błędów unikać? – przykłady i case study.

KUWEJT:

- 1. Charakterystyka rynku Kuwejtu:**
 - a) Liczebność,
 - b) Zmiany socjalne,
 - c) Struktura Państwowa,
 - d) Szybko rozwijające się branże w Kuwejcie,
 - e) Możliwe branże eksportowe dla Polskich firm,
 - f) Weryfikacja największych konkurentów dla polskich przedsiębiorstw.
- 2. Pozyskiwanie informacji na temat Kuwejtu.**
- 3. Nawiązywanie współpracy z Kuwejtem:**
 - e) poszukiwanie partnera biznesowego (weryfikacja partnerów),
 - f) czego i kogo poszukują Kuwejtczycy na polskim rynku,
 - g) weryfikacja wiarygodności partnerów,
 - h) sprzedaż b2c.
- 4. Przepisy importowe Kuwejt:**
 - f) gdzie szukać informacji,
 - g) wymagania, co do opakowań,
 - h) wymagania, co do produktu,
 - i) waga certyfikatu pochodzenia,
 - j) pozostałe kwestie celne i podatkowe.
- 5. Różnice kulturowe:**
 - a) Znaczenie referencji i zrealizowanych projektów dla kontrahentów z Kuwejtu,
 - b) opinie o polskich firmach w Kuwejcie.
- 6. Znaczenie umowy i ściąganie wierzytelności.**
- 7. Spektakularne przykłady sukcesów i porażek polskich firm.** Jakich błędów unikać? – przykłady i case study.

Szczegółowy program seminarium przygotowany zostanie na podstawie analizy potrzeb szkoleniowych, przeprowadzonej wśród uczestników.

Planowany harmonogram seminarium:

08:45 - 09:00	Rejestracja uczestników
09:00 - 11:30	I blok tematyczny
11:30 - 11:45	przerwa 15-minutowa
11:45 - 14:30	II blok tematyczny
14:30 - 15:00	Sesja pytań. Zakończenie szkolenia

Organizator: Centrum Inicjatyw Gospodarczych
Biuro Wsparcia Przedsiębiorczości
Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego
tel.: 91 432 96 74, e-mail: eksport@wzp.pl

Dodatkowe informacje: **Eurofinance Training Sp. z o.o.**
tel.: 22 830 13 40; tel. kom.: 609 124 124
e-mail: szkolenia@efszkolenia.pl
www.efszkolenia.pl