

eksporter

magazyn przedsiębiorców

NR 3(7)/2015

WYDANIE
SPECJALNE

16 stron

Industrial Bridge Kooperacyjne wydarzenie roku w regionie

Kolejny rekordowy
rok polskiego
eksportu

Uwarunkowania prawne
budowy i eksportu jachtów

Innowacyjny biznes
w Dolinie Krzemowej



Wsparcie dla biznesu w zasięgu ręki

SŁOWEM WSTĘPU

Niemal dziewięć miesięcy przygotowań, niezliczone ilości wykonanych telefonów, odbytych spotkań i rozmów, ale udało się. Największe kooperacyjne wydarzenie roku w regionie – giełda kooperacyjna Industrial Bridge przeszła do historii. Jaka ona była? Myślę, że udana. Jakie są jej efekty? Czas pokaże. Jako organizatorzy jesteśmy umiarkowanie zadowoleni. Zainteresowanie uczestników przeszło nasze najśmielsze oczekiwania. Ponad 60 zgłoszonych uczestników, w tym podmioty z Niemiec, i z Czech. A do tego polskie firmy m.in. z województw mazowieckiego, świętokrzyskiego, śląskiego, kujawsko-pomorskiego czy wielkopolskiego. Śmiało możemy stwierdzić, że tak dużej imprezy o tym charakterze w naszym regionie nikt nie zorganizował. W jej trakcie podchodzili do nas przedsiębiorcy i pytali: co dalej? Kiedy następna edycja? Te pytania wskazują nam na dużą potrzebę tego typu imprez. Przystępujemy obecnie do podsumowania wydarzenia, do analizy wszystkich jego plusów i minusów. Powodzenie pierwszej edycji otwiera nam drogę do kontynuacji imprezy. Ale kiedy to nastąpi? Za rok? Za dwa lata? Czas pokaże. Na pewno jednak nie pozostaniemy obojętni na głos przedsiębiorców. Niemniej jednak wszystkim uczestnikom i partnerom Industrial Bridge 2015 dziękujemy za liczne przybycie i za wszystkie miłe słowa. Osobiście dziękuję także za organizację wszystkim moim koleżankom i kolegom z RCIITT, a w szczególności Joannie Niemcewicz, Pawłowi Żebrowskiemu i Tomaszowi Łyżwińskiemu, z którymi od dziewięciu miesięcy pracowaliśmy nad realizacją wydarzenia. Bardziej szczegółowo relacjonujemy je na łamach bieżącego numeru. Zapraszam do lektury.

Korzystając z okazji, wszystkim przedsiębiorcom, życzę jeszcze lepszego roku, od właśnie kończącego się 2015, wielu nowych kontrahentów i zdecydowanego wzrostu sprzedaży na rynkach zagranicznych. Uczestnikom Industrial Bridge z kolei życzę, aby chociaż jedno odbyte w trakcie giełdy spotkanie zakończyło się sformalizowaniem współpracy i podpisaniem kontraktu, a na czas Świąt wszystkim Państwu życzę przede wszystkim zdrowia i rodzinie spędzonego czasu, z dala od myśli zawodowych.

Paweł Mieczan



Paweł Mieczan

Redaktor naczelny magazynu „Eksporter”, specjalizujący się w internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw, dotacjach unijnych oraz klastrach.

*Wesołych Świąt
i szczęśliwego Nowego Roku
życzy zespół RCIITT*

Magazyn „Eksporter”

Redaktor naczelny: Paweł Mieczan

Redakcja: Regionalne Centrum Innowacji i Transferu Technologii

Wydawca: Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie

ul. Jagiellońska 20-21, 70-363 Szczecin

tel./fax + 48 91 449 43 54, e-mail: eksporter@zut.edu.pl, www.innowacje.zut.edu.pl



Enterprise Europe Network jest największą na świecie siecią wsparcia rozwoju współpracy technologicznej i handlowej, dającą możliwość nawiązania kontaktów międzynarodowych lokalnym firmom i instytucjom. Obejmuje ona swoim zasięgiem ponad 50 krajów na całym świecie i obsługiwana jest przez niemal 600 punktów kontaktowych. Dzięki dofinansowaniu z Komisji Europejskiej, usługi sieci są dla przedsiębiorstw bezpłatne.

Publikacja została sfinansowana ze środków Komisji Europejskiej w ramach projektu Enterprise Europe Network.

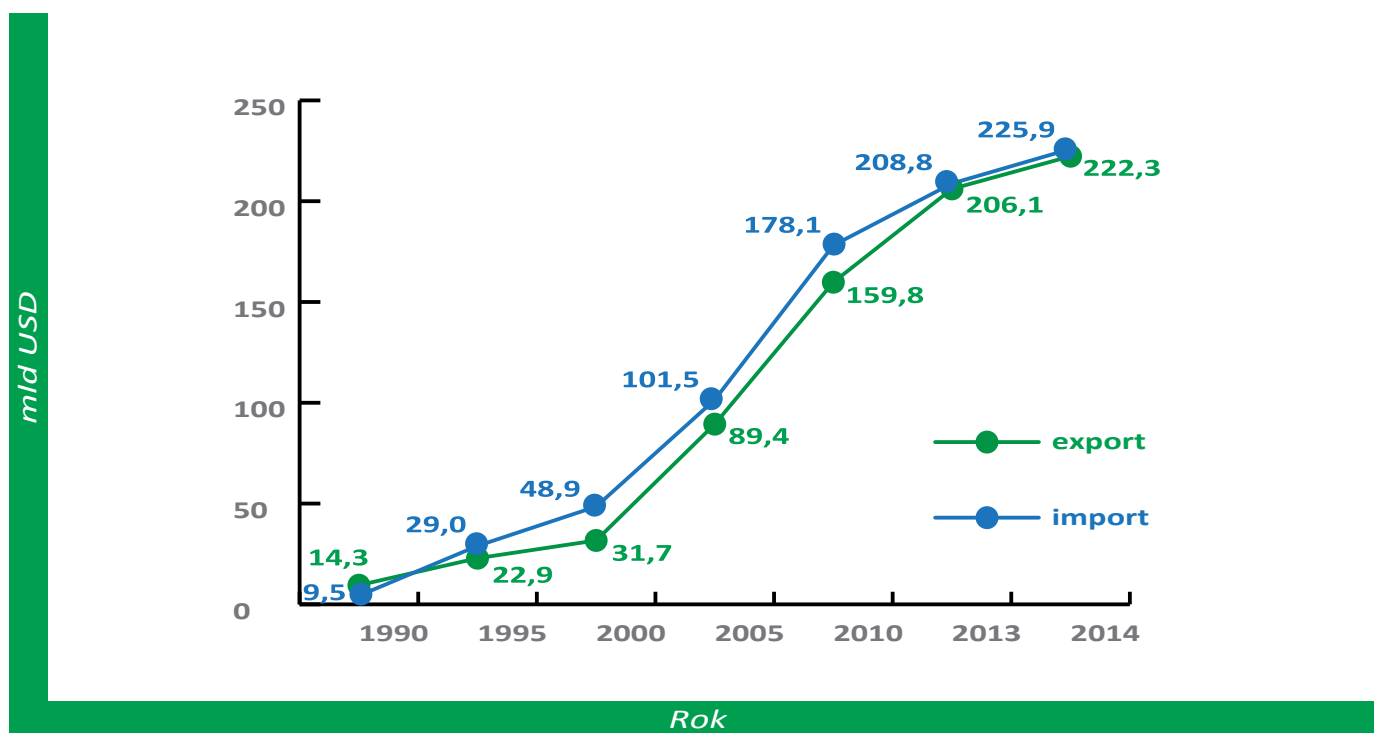


KOLEJNY REKORDOWY ROK POLSKIEGO EKSPORTU



Rok 2014 okazał się kolejnym okresem, w którym osiągnięto rekord polskich firm w sprzedaży zagranicznej. Główny Urząd Statystyczny ogłosił oficjalne wyniki polskiego handlu międzynarodowego z 2014 r.

Ryc.1 Zmiana wartości polskiego importu i eksportu w latach 1990 – 2014, w mld USD



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego

Systematycznie zmniejsza się ujemny bilans handlu zagranicznego. Co prawda w ciągu ostatniego niemal ćwierćwiecza nie udało się uzyskać dodatniego bilansu, jednakże w ostatniej dekadzie różnica uległa zmniejszeniu z kilkunastu miliardów USD do zaledwie 3,6 mld USD w 2014 r. Co więcej, w poszczególnych okresach 2014 r. zdarzało się, że eksport (rozumiany jako sprzedaż wewnątrzspółnotowa oraz pozaunijna) osiągał dodatni rozrachunek.

Dodatni bilans zanotowano w 1990 r. i wyniósł on ok. 4,8 mld USD, jednakże w następnych latach zaobserwowano coraz większy spadek w kierunku ujemnego rezultatu. Pomimo, że np. w 2010 r. wyniósł on aż ponad 18 mld USD, w 2013 r. było to już tylko 2,6 mld USD. Nieco gorszy wynik obrotu w handlu zagranicznym zaobserwowano w 2014 r., w którym ponownie nastąpił wzrost ujemnego bilansu.

Maszyny, jako najbardziej wartościowa grupa towarowa w polskim obrocie międzynarodowym

Przedsiębiorstwa zlokalizowane na terenie Polski największe środki finansowe przeznaczyły na zakup z zagranicy wyrobów z sekcji: maszyny i urządzenia, sprzęt elektryczny i elektrotechniczny (ok. 40 mld EUR). Drugie największe wartościowo zakupy dotyczyły produktów mineralnych (ok. 19 mld EUR), a następnie sprzęt transportowy (17,7 mld EUR), metale nieszlachetne i artykuły z nich (17,7 mld EUR) oraz produkty przemysłu chemicznego (16,6 mld EUR).

Także w eksporcie maszyn i urządzeń, sprzętu elektrycznego i elektrotechnicznego odnotowano największą wartość (ok. 40,9 mld EUR). Wyprzedziły one tym samym sprzęt transportowy (22,8 mld EUR) oraz metale nieszlachet-

ne i artykuły z nich (17,5 mld EUR). Należy także zwrócić uwagę na eksport w sektorze tworzyw sztucznych i kauczuku (11,4 mld EUR), artykułów przemysłowych różnych (takich jak meble czy prefabrykaty budynków) oraz przetworów spożywczych (10 mld EUR). Największy ujemny bilans w handlu zagranicznym w 2014 r. w ujęciu wartościowym dotyczył produktów mineralnych (ok. 11,9 mld EUR), następnie produktów przemysłu chemicznego (5 mld EUR). Natomiast najbardziej widoczna nadwyżka dotyczyła artykułów przemysłowych różnych (7,2 mld EUR), a w dalszej kolejności sprzętu transportowego (ok. 5 mld EUR) oraz zajmujących trzecią pozycję przetworów spożywczych (3,9 mld EUR).



Tabela 1. Wielkość eksportu i importu wg grup towarowych (SEKCJE) w 2014 r., w mln EUR

Grupa towarowa	Import	Eksport	Saldo
Zwierzęta żywe; produkty pochodzenia zwierzęcego	4 533	6 960	2 427
Produkty pochodzenia roślinnego	3 732	4 298	566
Tłuszcze i oleje	753	579	-174
Przetwory spożywcze	6 117	10 039	3 922
Produkty mineralne	19 056	7 129	-11 927
Produkty przemysłu chemicznego	16 664	11 569	-5 095
Tworzywa sztuczne i kauczuk oraz artykuły z nich	12 888	11 454	-1 434
Skóry i artykuły z nich	1 117	914	-203
Drewno i artykuły z drewna	1 361	3 441	2 080
Ścier drzewny, papier, tektura i artykuły z nich	4 457	4 294	-163
Materiały i artykuły włókiennicze	7 728	5 430	-2 298
Obuwie, nakrycia głowy itp.	1 324	902	-422
Artykuły z kamienia, wyroby ceramiczne, szkło	1 884	3 205	1 321
Perły, kamienie szlachetne, metale szlachetne i artykuły z nich	349	1 006	657
Metale nieszlachetne i artykuły z nich	17 700	17 509	-191
Maszyny i urządzenia, sprzęt elektryczny i elektrotechniczny	40 377	40 907	530
Sprzęt transportowy	17 748	22 818	5 070
Przyrządy i aparaty optyczne, fotograficzne, pomiarowe, kontrolne itp.	3 752	2 089	-1 663
Broń i amunicja	96	51	-45
Artykuły przemysłowe różne — meble, prefabrykaty budynków, zabawki itp.	3 763	11 045	7 282
Dzieła sztuki, przedmioty kolekcjonerskie i antyki	3 036	135	-2 901

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego

Niemcy dominującym partnerem handlowym Polski

Największym partnerem handlowym polskich przedsiębiorców od lat są Niemcy, przy czym ich przewaga nad innymi partnerami jest dominująca, co wskazuje na uzależnienie Polski od tego rynku. Niemcy są bowiem wśród wszystkich krajów UE zarówno największym dostawcą, jak i odbiorcą polskich przedsiębiorców.

Wartość importu z Niemiec w 2014 r. wyniosła ponad 37 mld EUR. Symptomatyczne jest to, że wartość produktów sprowadzanych do kraju od tego sąsiada jest większa aniżeli suma osiągnięta przez pięć kolejnych krajów w zestawieniu w tabeli nr 2. Drugim największym partnerem wśród państw wspólnoty były

Włochy, a trzecim - Niemcy wyprzedzające nieznacznie Francję.

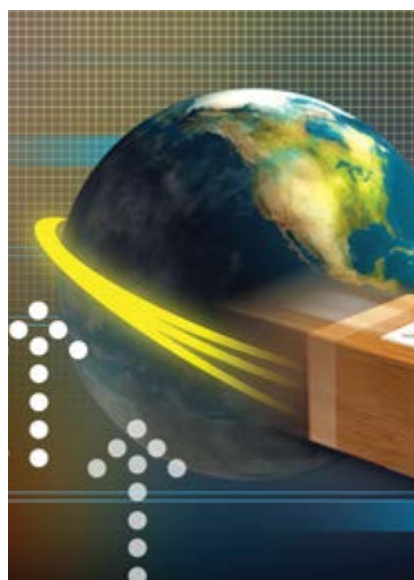


Tabela 2. Dziesięć największych dostawców z UE na rynek polski w 2014 r., w tys. EUR

Kraj	Wartość importu
Niemcy	37 098 654
Włochy	9 503 339
Niderlandy	6 362 303
Francja	6 304 133
Republika Czeska	6 062 878
Słowenia	5 966 640
Portugalia	5 105 550
Wielka Brytania	4 360 452
Belgia	4 055 958
Hiszpania	3 394 799

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego



Jeszcze wyraźniejsza jest przewaga Niemiec w roli odbiorców polskich wyrobów. Wartość eksportu do tego kraju w 2014 r. wyniosła ponad 43,6 mld EUR. Nad drugą w zestawieniu Republiką Czeską przewaga wartościowa Niemiec wyniosła niemal 33 mld EUR. Niewiele gorszy wynik, aniżeli południowi sąsiedzi Polski, zajęła Wielka Brytania. Te trzy kraje przekroczyły jako jedyne wartość dostaw z Polski na kwotę 10 mld EUR. W porównaniu z zestawieniem największych dostawców na rynek polski, wśród rynków docelowych polskiego eksportu pojawiają się dodatkowo Szwecja, Węgry i Słowacja.

Tabela 3. Dziesięć największych unijnych rynków docelowych polskiego eksportu w 2014 r., w tys. EUR

Kraj	Wartość eksportu
Niemcy	43 618 926
Republika Czeska	10 719 100
Wielka Brytania	10 567 388
Francja	9 272 912
Włochy	7 523 313
Niderlandy	6 904 129
Szwecja	4 708 752
Węgry	4 361 279
Słowacja	4 203 642
Hiszpania	4 054 042

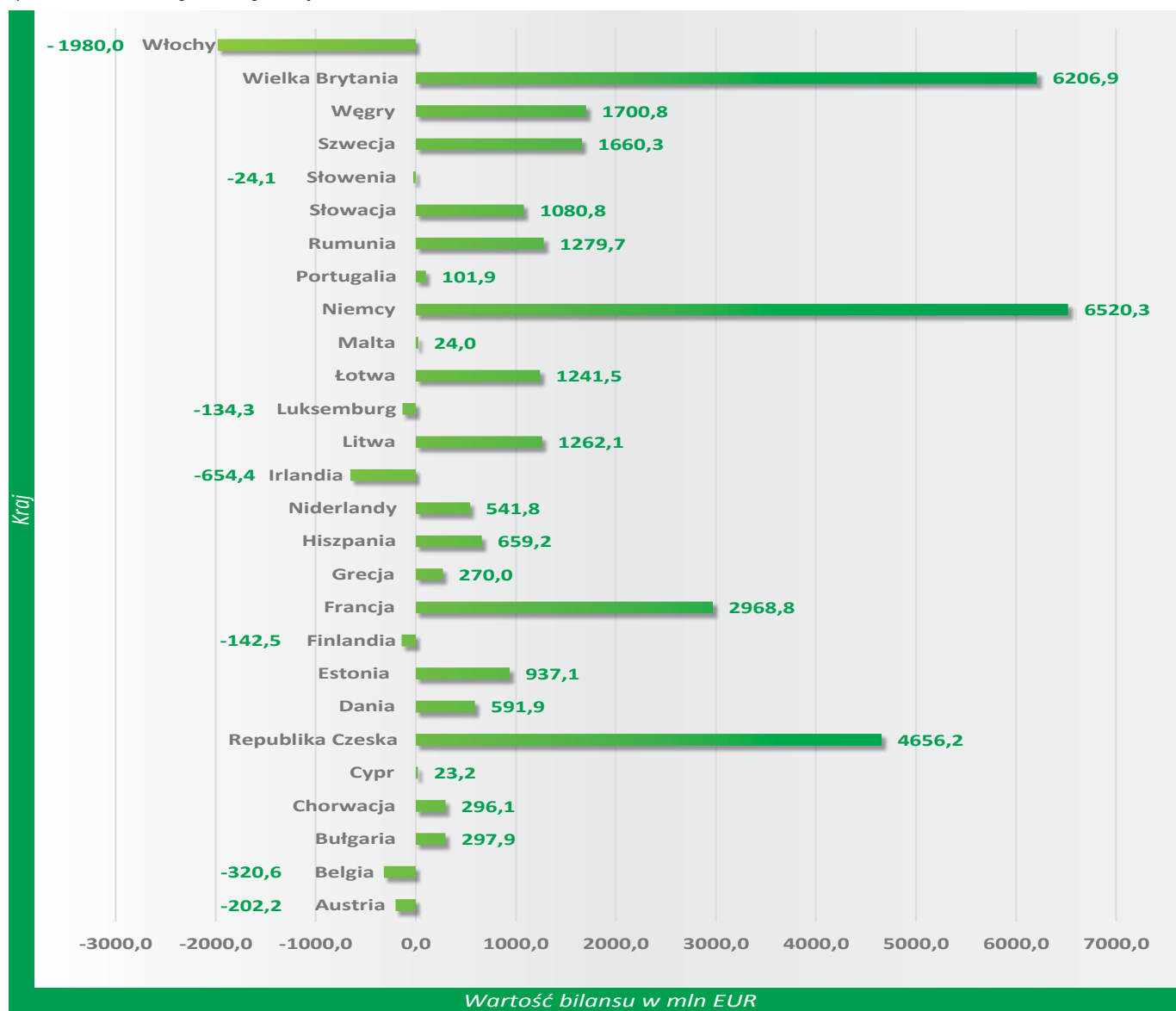
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego

Największy dodatni bilans polskiego handlu zagranicznego w 2014 r. osiągnięto w handlu z Niemcami, Wielką Brytanią, Republiką Czeską oraz Francją. Wyniósł on dla każdego z tych krajów co najmniej 2,9 mld EUR z rekordowym wynikiem w przypadku Niemiec w wysokości 6,5 mld EUR. Na drugim biegunie należy podkreślić, że ujemny bilans w handlu z krajami UE Polska odnotowała tylko z siedmioma krajami, tj. z Włochami, ze Słowenią, z Luksemburgiem, Irlandią, Finlandią, Belgią i Austrią. Największe saldo ujemne osiągnięto w relacjach z Włochami (1,9 mld EUR), natomiast pozostałe z wymienionych państw notowały wynik w wysokości od 23 mln EUR do 654 mln EUR.





Ryc. 2 Bilans handlu zagranicznego z krajami UE w 2014 r., w mln EUR



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Głównego Urzędu Statystycznego

Łączny bilans handlowy w relacjach z krajami Unii Europejskiej w 2014 r. był dla Polski dodatni. Wyniósł on 28,94 mld EUR, przy 128 mld EUR wartości eksportu i 99,4 mld EUR importu. Dane cząstkowe z 2015 r. wskazują na kolejny wzrost obrotów polskich firm w handlu zagranicznym. W ujęciu wskaźnikowym zanoszą one rekordowe wyniki w imporcie i eksporcie. Dane z pierwszego półrocza 2015 r. wskazują na wzrost eksportu o 6,2%, a importu o 2,4%, w stosunku do analogicznego okresu 2014 r.

Nastąpiła zwyżka wolumenu eksportu do krajów UE (o 9,6%) oraz do krajów rozwijających się (o 8,6%). Z drugiej strony zanotowano jednak spadek w sprzedaży do krajów Europy Środkowo – Wschodniej (aż o 23,1%). Podobnie było z importem. Również wzrósł on w relacjach z krajami UE (o 3,4%) oraz z krajami rozwijającymi się (o 7%), natomiast w stosunkach z krajami Europy Środkowo – Wschodniej odnotowano spadek o 4,5%. Chociaż Unia Europejska jest w dalszym ciągu

zdecydowanie najważniejszym partnerem gospodarczym Polski, to należy zwrócić uwagę na dynamiczny rozwój relacji handlowych z państwami z takich kontynentów, jak Afryka czy Azja. To właśnie te rynki mogą w niedalekiej przyszłości zwiększać swoje znaczenie dla polskich importerów i eksporterów kosztem rynku wspólnotowego.

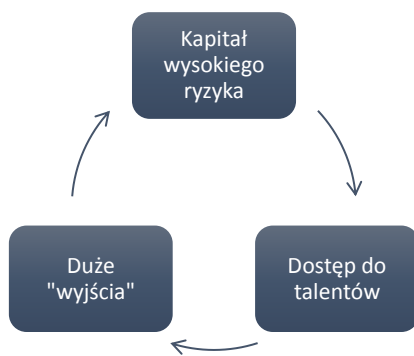
Paweł Mieczan

INNOWACYJNY BIZNES W DOLINIE KRZEMOWEJ



Krzemowa Dolina – ciągnący się na ok. 100 km pas pomiędzy San Francisco a San Jose w Kalifornii, USA. Jeden z najbardziej innowacyjnych i rozwiniętych pod względem biznesowym obszarów na całym świecie. Kojarzony z takimi firmami, jak Apple, Hewlett-Packard, Facebook i Google, pracuje 24 godziny na dobę niczym fabryka produkująca innowacyjne start-upy, inżynierów i menedżerów.

U podstaw tego systemu znajdują się trzy elementy, których współistnienie tworzy dzisiejszy sukces. Są to: kapitał wysokiego ryzyka, dostęp do talentów oraz częste duże „wyjścia”.



Kapitał wysokiego ryzyka

Początki Doliny Krzemowej sięgają czasów zimnej wojny – po sukcesie radzieckiego Sputnika rząd USA zdecydował o przyspieszeniu amerykańskiego programu kosmicznego. Rozwijające się NASA potrzebowało najnowszych technologii, a rząd postanowił je zapewnić. Zainwestował w tym celu znaczne środki finansowe na badania, które miały być poprowadzone na Uniwersytecie Stanforda. Była to wtedy prywatna uczelnia o dużym potencjale naukowym, a przede wszystkim znajdowała się na zachodnim wybrzeżu, czyli poza ówczesnym centrum naukowo-finansowym na wschodzie kraju. Po zebraniu doświadczeń naukowcy zajmujący się zleconymi badaniami założyli firmę Fairchild Semiconductors. Następnie rozwijali kolejne przedsięwzięcia (Intel, AMD, nVidia) oraz inwestowali w zewnętrzne pomysły. Coraz bardziej doświadczeni biznesmeni zaczęli inwestować zarobione majątki w inne – wartościowe według nich – przedsięwzięcia. Tym samym stworzyli zręby Venture Capital – sposobu finansowania biznesu, który rozwinął się w Krzemowej Doli-

nie, a następnie na całym świecie.

Obecnie inwestor prywatny w Dolinie Krzemowej to regularny zawód. Osoby takie co dzień uczestniczą w kilku prezentacjach młodych pomysłów biznesowych, szukając odpowiednich miejsc na ulokowanie swojego kapitału. Inwestorzy łączą swoje siły, tworząc fundusze inwestycyjne, które metodycznie inwestują miliardy dolarów, szukając przyszłych „hitów”. Doskonale rozumie się tam to, że nie każdy innowacyjny biznes się uda, bo takie są innowacje – nieprzewidywalne. Cel, do którego dążą inwestorzy i fundusze to jeden udany biznes na 10 – 15 inwestycji. Z racji na ilość inwestycji realizowanych w Dolinie Krzemowej, tych udanych przedsięwzięć jest tam bardzo dużo. Portal Economist stworzył listę 99 firm technologicznych o wartości rynkowej ponad 1 mld dolarów, które nazywają Dolinę Krzemową swoim domem. Łączna wartość tych firm wynosi 2,8 biliona (10^{12}) dolarów, przy

czym kwota ta stanowi 6% wartości całego amerykańskiego przemysłu. Według inwestorów z Kalifornii, ponad połowa całego kapitału Venture Capital Stanów Zjednoczonych znajduje się właśnie w Dolinie Krzemowej. Dzięki temu dostęp do finansowania jest łatwy. Wystarczy mieć dobry pomysł, dobre umiejętności prezentacyjne i determinację w prowadzeniu codziennie kilku prezentacji przed kolejnymi inwestorami.

Dolina Krzemowa w liczbach:

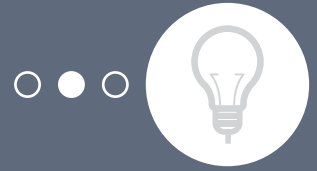
51 nowych firm zakładanych każdego miesiąca

15 931 aniołów biznesu (angel investors) w 2014 r.

118,949 USD przeciętne roczne wynagrodzenie inżyniera z Google

37,800 USD przeciętne roczne wynagrodzenie wypłacane założycielom





Dostęp do talentów

Kolejnym kluczowym elementem ekosystemu Krzemowej Doliny jest Uniwersytet Stanforda. Otwarta w 1891 roku uczelnia była pierwszym tak dużym ośrodkiem akademickim na zachodnim wybrzeżu USA. Dzisiaj, po latach intensywnego rozwoju, Uniwersytet ten składa się z sześciu „szkół”: medycyny, biznesu, prawa, inżynierii, nauk społecznych, edukacji i nauk o ziemi. Imponujące są rozmiary uczelni – kompleks kilkuset budynków wygląda jak małe miasteczko. Jak na miasteczko przystało, posiada własną infrastrukturę – drogi i komunikację autobusową, szpital i centrum handlowe, a nawet własną jednostkę straży pożarnej. Imponujące są również dane ze sprawozdań finansowych uczelni.

Budżet uczelni w 2015 roku to 5,5 mld dolarów, czyli ponad 20 mld złotych (dla porównania – budżet Warszawy w 2015 roku to 14 mld złotych). Na kwotę tę składa się kilka pozycji, m.in.:

- badania dotowane (z budżetu państwa i ze źródeł prywatnych) – 17%,
- darowizny – 21%,
- usługi medyczne – 18%,
- opłaty za studia – 16%.

Budżet Uniwersytetu Stanforda jest interesujący z kilku względów. Jako uczelnia prywatna Stanford oferuje naukę odpłatnie. Opłaty od studentów jednak to zaledwie 16% dochodów w budżecie. Poza częścią dydaktyczną prowadzona jest ambitna część badawcza – ok. 20% dotacji na badania pochodzi od podmiotów prywatnych, zlecających uczelni wykonanie prac rozwojowych, a często – badań podstawowych. Najciekawsza jest jednak pozycja dotycząca darowizn. 21% budżetu to ok. 1 mld dolarów, przekazywanych uczelni przez darczyńców. Większość z tej kwoty to darowizny

od absolwentów uczelni. Jak Uniwersytetowi Stanforda udało się doprowadzić do takiej – zgoła odmiennej niż w Polsce – sytuacji? Wyróżnić można dwa elementy formuły tego zjawiska:

1. Ułatwiał swoim studentom sukces.

Studenci uczelni to grupa elitarna. Z jednej strony stawia się im ogromne wymagania – duża konkurencja jest już na etapie rekrutacji, a następnie wysokie opłaty za studia i olbrzymia ilość pracy potrzebna do zaliczenia kolejnych przedmiotów i semestrów. Uczelnia wymaga pełnego zaangażowania w pracę, ale z drugiej strony proponuje szereg udogodnień. Na sam początek dostęp do infrastruktury przez całą dobę. Następnie dostęp do unikatowego środowiska, w którym studenci od samego początku uczeni są, że myślenie innowacyjne i praca zespołowa pomagają w osiągnięciu sukcesu biznesowego. Przy uczelni funkcjonuje wiele inkubatorów przedsiębiorczości – są to miejsca, w których organizowane są regularne zajęcia z przedsiębiorczości, i w których możliwe jest nawiązywanie współpracy pomiędzy studentami z różnych dziedzin. Organizowane są imprezy, podczas których student – pomysłodawca może znaleźć do swojego zespołu studentów – współpracowników, m.in. tak w Krzemowej Dolinie tworzą się start-upy. Zespoły takie otrzymują wsparcie uczelni – przestrzeń co-workingową, szkolenia i doradztwo od kadry profesorskiej oraz dostęp do praktyków biznesu, który chętnie służy radą. Zazwyczaj robią to pro-bono. Czemu?

2. Utrzymuj kontakt ze swoimi absolwentami.

Pracownicy Uniwersytetu Stanforda mówią o sobie żartobliwie, że są pracownikami przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwa, które bardzo dobrze radzi sobie finansowo, ale metafora ta jest rozciągnięta dalej. Studenci uczelni są jedną z grup klientów. A o klientów trzeba zadbać, postarać się o ich jak najlepsze

doświadczenia. Uczelnia aktywnie kształtuje swoją politykę na tym polu – poczynając od kreowania marki firmy i statusu, który pociąga za sobą bycie częścią przedsięwzięcia. Obsługa klienta nie kończy się w momencie zakupu – trwa również po zakończeniu studiów. W ramach uczelni funkcjonuje stowarzyszenie absolwentów. Jednostka ta zatrudnia kilkadziesiąt osób, a jej budżet to niemal 100 mln USD rocznie. Zadaniem stowarzyszenia jest podtrzymywanie relacji z absolwentami, informowanie o wydarzeniach z życia uczelni, angażowanie się w przedsięwzięcia (zob. poprzedni punkt). To również zachęcanie do finansowego wspierania uczelni. Spacerując po kampusie Stanforda można zauważyć, że praktycznie każdy budynek (a także pojedyncze sale wewnątrz) ma swoich opiekunów – darczyńców. Absolwenci chętnie dotują uczelnie na cele ogólne lub fundują programy stypendialne (których na uczelni jest kilkaset). Niewątpliwie jest to przyjemność dostępna dla ludzi majątnych. Dzięki wiedzy specjalistycznej w danej dziedzinie oraz kompetencjom biznesowym zdobytym na uczelni wielu studentów tworzy firmy, które odnosząc błyskotliwy sukces na rynku, przynoszą swoim założycielom fortunę. Założyciele mogą poświęcić lata na rozwój swojego biznesu lub – częściej – decydują się na duże „wyjście”, czyli sprzedaż swojej wysoko wycenianej firmy.

Duże „wyjścia”

Zarówno start-upy założone na uczelni, jak i te w jednej z wielu kawiarni, tworzone są z mniej i bardziej doświadczonych specjalistów – programistów, inżynierów, menadżerów. Często początkowo łączy ich pomysł i wspólna wizja sukcesu, a problemem całego zespołu jest zdobycie finansowania na rozwój nowego przedsięwzięcia. Podczas formowania przedsięwzięcia pracownicy często – zamiast wypłaty – decydują się na pracę w zamian za



udziały w spółce. Nie każdy zespół założycielski liczy na stanie się kolejnym Googlem lub Facebookiem. Wiele start-upów liczy na to, że zostaną przez te firmy wykupione. A transakcji M&A (fuzji i przejęć) w Krzemowej Dolinie odbywa się wiele – w roku 2014 – 544. Giganci typu Facebook, Google, Oracle, Apple regularnie skanują rynek start-upów i decydują się na kupowanie ciekawszych przedsięwzięć. Za dobre pomysły, „ubrane” w innowacyjny model biznesowy, które zyskały potwierdzenie np. w dużej licznie klientów – użytkowników, giganci są w stanie zapłacić setki milionów. A jeśli okaże się, że biznes się udał i jeżeli jego wartość po dwóch latach wzrosła np. z 25 do 500 mln USD, to programista, który podjął się w pracy w zamian za 2% udziałów – może je spieniężyć za 10 mln USD. Tym samym staje się milionerem, który zaczyna pracować nad

kolejnym pomysłem biznesowym lub zostaje aniołem biznesu i dodaje swój majątek do puli kapitału wysokiego ryzyka, opisanego w pierwszym bloku. W ten sposób zamyka pętlę, która – po impulsie finansowo-technologicznym sprzed kilkudziesięciu lat – rozwija się wciąż i napędza ekosystem, niepowtórzony jeszcze z pełnym powodzeniem w żadnym innym miejscu na świecie.

Jak stworzyć polską Dolinę Krzemową?

1. Od samego początku promować u studentów postawy przedsiębiorcze.
2. Inicjować kontakty pracowników naukowych i przedsiębiorców.
3. Rozpowszechniać wiedzę z zakresu formowania biznesu i prezentowania własnych pomysłów.
4. Przyspieszyć proces transferu technologii

i wykorzystania dorobku uczelni w biznesie.

5. Cierpliwie działać. Obecny krajobraz Doliny Krzemowej to wynik kilku dekad wyłożonej pracy. Pracy, która jest jeszcze do wykonania w młodej polskiej gospodarce.



Hubert Dyba

konsultant ds. innowacji w Regionalnym Centrum Innowacji i Transferu Technologii ZUT. Absolwent programu MNISW „Top 500 Innovators” w ramach którego odbył staż na Uniwersytecie Stanforda w Dolinie Krzemowej w USA.



UWARUNKOWANIA PRAWNE BUDOWY I EKSPORTU JACHTÓW – PRAWO AUTORSKIE, UMOWY I HANDEL MIĘDZYNARODOWY



Przemysł jachtowy to jedna z polskich specjalności eksportowych. Zgodnie z danymi Ministerstwa Gospodarki¹, polski przemysł jachtowy to około 900 przedsiębiorstw i 35 tysięcy pracowników, przy 95% produkcji przeznaczanej na eksport.

Zgodnie z danymi z Głównego Urzędu Statystycznego wartość eksportu w kategorii: *Jachty i pozostałe jednostki pływające, wypoczynkowe lub sportowe; łodzie wiosłarskie i kajaki, gdzie indziej niewymienione* wyniosła w 2014 rok ponad 180 milionów EUR². Jest to coraz bardziej istotny element polskiego eksportu, szczególnie dlatego, że polskie stocznie jachtowa są liczącymi się partnerami na rynkach międzynarodowych, zwłaszcza w Europie.

Przed wszystkim ochrona

Współczesny jacht to luksusowe urządzenie „naszpikowane” elektroniką i nowymi technologiami. Dobra luksusowa są atrakcyjne tylko wtedy, gdy są starannie opracowane i zabezpieczone. Przygotowanie jachtu do sprzedaży to skomplikowana operacja technologiczno-prawna. Istnieje wiele komponentów gotowych, takich jak chociażby urządzenia elektroniczne, które montowane są na jednostkach, jednak o kilka elementów może zadbać **nawet niewielka stocznia jachtowa**.

Projekt i design jachtu

Projekt i wzór jachtu są dla wielu nabywców bardzo istotne, częstokroć decydując o nabyciu jachtu. Aktualny stan technologii i wymogów związanych z bezpieczeństwem żeglugi niejako wymuszają pewien standard w zakresie rozwiązań, które każdy producent jachtu musi zapewnić. **Projekt jachtu jest chroniony prawem autorskim**. Producent w związku z tym może:

1. zatrudnić projektanta i nabyć od niego autorskie prawa majątkowe, najlepiej wraz z uprawnieniem do dokonywania modyfikacji w projekcie,

2. nabyć licencję na produkcję jachtów zgodnie z projektem.

W praktyce zdarza się, szczególnie w przypadku mniejszych stocznijachtowych, że nie jest weryfikowane to, czy faktycznie dany podmiot może nam takiej licencji udzielić, tj. czy faktycznie nabył uprzednio prawa do jachtu. Wielokrotnie same umowy licencyjne lub umowy dotyczące przeniesienia praw do projektu jachtu pozostawiają wiele do życzenia, tym bardziej, że znajdują się na styku praw majątkowych i osobistych projektanta jako twórcy utworu – projektu. Na pewno przeniesienie praw lub udzielenie licencji wyłącznej (koniecznie w formie pisemnej) zapewnia producentowi bezpieczeństwo, że ten sam projekt nie zostanie powtórnie „sprzedany”. Czy jednak taka formuła gwarantuje nam, że projektant **nie zaprojektuje podobnej „linii” jachtów** utrzymanej w konwencji artystycznej jachtu przygotowanego dla nas? Te wąt-

ki na pewno warto – w interesie producenta – zabezpieczyć w umowie z projektantem lub innym zbywcą.

Trzeba też zastanowić się, czy producent może jeszcze jakoś zadbać o tą przysłowiową „skorupę”. Od strony produkcyjnej, na podstawie projektu produkowane są konkretne „wytwory” jachtu. Pojawia się tutaj pytanie, czy taki wytwór może podlegać ochronie? Jak najbardziej – ta zewnętrzna postać jachtu to klasyczny przykład wytworu, który może podlegać ochronie jako zarejestrowany lub niezarejestrowany wzór przemysłowy, praktycznie w każdym zakątku świata. Zgodnie bowiem ze stosownymi przepisami **wzorem przemysłowym** jest nowa i posiadająca indywidualny charakter postać wytworu lub jego części, nadana mu w szczególności przez cechy linii, konturów, kształtów, kolorystykę, strukturę lub materiał wytworu oraz przez jego ornamentację. Chronione są na przykład wzory przedstawione na rys. 1 i rys. 2.

Rys. 1 Wzór przemysłowy zarejestrowany na rzecz Yigang WU



1 <http://hinex.stat.gov.pl/hinex/asp/przeglądanie.aspx>

2 <http://www.mg.gov.pl/node/22662>

Rys. 2 Wzór przemysłowy zarejestrowany na rzecz Sea Level B.V.



Spotkać można również rejestracje nie tylko jachtów jako całości, lecz ich elementów, na przykład elementów wyposażenia.

Jeśli chodzi o ochronę pamiętań należy, że rejestracja wzoru przemysłowego ma charakter terytorialny co oznacza, że możemy uzyskać ochronę na konkretnym terytorium, w różnych procedurach (krajowych i międzynarodowych). Istnieje również możliwość zarejestrowania tzw. wzoru wspólnotowego, który jest prawem obowiązującym w całej Unii Europejskiej.

Umowa o sprzedaż jachtu

Od strony prawnej, konkretna treść danej umowy zależy od tego, czy mamy do czynienia z umową o budowę (ewentualnie zaprojektowanie) i sprzedaż jachtu, czy też nabywamy / sprzedajemy jacht nowy. W przypadku jachtu używanego na pewno warto zadbać o możliwość przejęcia wiedzy i doświadczenia osób, które dotychczas pływały tym jachtem. W obu przypadkach jacht powinien posiadać odpowiednie dokumenty oraz potwierdzenia z właściwych rejestrów – w zależności od ju-

rydykcji. Należy również pamiętać o „próbach morskich”, co jest oczywiste, jednakże warto precyzować, jak długo ma trwać testowanie, kto poniesie jego koszty oraz jaka będzie załoga. W przypadku jachtów produkowanych seryjnie klauzule tego rodzaju mają mniej istotne znaczenie, gdyż bazujemy na renomie i doświadczeniu producenta, który jednocześnie jest zobowiązany do wielu świadczeń posprzedażowych, jak chociażby gwarancyjnych. Nabywanie zazwyczaj wiąże się ze sporym wydatkiem, pamiętać więc należy o jego ubezpieczeniu i ewentualnym finansowaniu. Praktyka potwierdza, szczególnie w przypadku dużych transakcji, że wszystkie elementy praktyczno-logistyczne należy potwierdzić w stu procentach, aby unikać ryzyka. Należy jasno doprecyzować, kto i do jakiego momentu pokrywa koszty transportu i ubezpieczenia jachtu oraz czy w tym zakresie warunki dostaw na bazie Incoterms są modyfikowane jakimiś zwyczajami lokalnymi.

Rejestr jachtów

Nabywca jachtu powinien zastanowić się nad

miejscem jego rejestracji i tego, czy rejestracja nastąpi na osobę fizyczną czy podmiotem będzie osoba prawna (np. spółka). Zagadnienia z tym związane wchodzi w zakres planowania podatkowego w tym zakresie, co może być istotne ze względu na obciążenia fiskalne całej transakcji.

Reasumując należy stwierdzić, że proces wytworzenia i sprzedaży jachtu jest złożony, natomiast jest on godny zastanowienia, z perspektywy wzrastającego znaczenia tego sektora.



Rafał Malujda

Radca prawny, specjalizuje się w prawie nowych technologii, IT i branży morskiej. Prowadzi kancelarię: www.malujda.pl

KOOPERACYJNE WYDARZENIE ROKU W REGIONIE – INDUSTRIAL BRIDGE 2015



19 listopada w Szczecinie w siedzibie Regionalnego Centrum Innowacji i Transferu Technologii ZUT odbyła się pierwsza edycja międzynarodowej giełdy kooperacyjnej Industrial Bridge 2015.



Ponad 60 zgłoszonych podmiotów, przedsiębiorcy z trzech krajów (Polski, Czech i Niemiec) oraz niemal 140 odbytych spotkań biznesowych. Tak dużej giełdy kooperacyjnej w regionie nie zorganizował dotychczas nikt inny.

Przygotowania do wydarzenia trwały wiele miesięcy i zaangażowało się w nie wielu naszych partnerów, w tym wiodące klastry zachodniopomorskie oraz podmioty zagranicz-

ne. Dodatkowo wydarzenie zainteresowało również władze lokalne i regionalne, czego dowodem było objęcie nad nim honorowego patronatu przez Marszałka Województwa Zachodniopomorskiego Olgerda Geblewicza oraz udział w nim zarówno Marszałka, jak i Prezydenta Miasta Szczecina Piotra Krzystka. Szeroka akcja promocyjna, prowadzona od września bieżącego roku (także na terenie Niemiec), i oddźwięk w postaci dynamicznie

rosnącej liczby uczestników doprowadziły do tego, że na kilka dni przed wydarzeniem podjęta została decyzja o niemal dwukrotnym zwiększeniu liczby stolików z 11 do 20 przeznaczonych na spotkania B2B.

Samo wydarzenie obejmowało trzy części: międzynarodową konferencję, giełdę kooperacyjną oraz wizytę studyjną w Szczecińskim Parku Przemysłowym. Konferencja, która zgromadziła ponad 100 uczestników, została uroczystie otwarta przez Rektora ZUT prof. Włodzimierza Kiernożycznego, Marszałka Województwa Zachodniopomorskiego Olgerda Geblewicza, Prezydenta Miasta Szczecina Piotra Krzystka oraz Dyrektora RCLiTT Joannę Niemcewicz. W dalszej części uczestnicy wysłuchali prezentacji dotyczących regionu zachodniopomorskiego, miasta Szczecina oraz regionu Brandenburgii, przedstawiających potencjał każdego z nich oraz uwarunkowania sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości. Następnie głos zabrali przedstawiciele sześciu klastrów: Klastra Metalowego Metalika, Klastra Chemicznego Zielona Chemia, Zachodniopomorskiego Klastra Morskiego, Klastra Morskiego Pomorza Zachodniego, Lubuskiego Klastra Metalowego oraz Brandenburg Me-





tal Cluster, którzy omówili swoje powiązania kooperacyjne. Ostatnia część konferencji poświęcona została przede wszystkim sferze naukowej. Najpierw Angelika Łysiak z RClITT przedstawiła możliwości finansowania rozwoju współpracy nauka-biznes ze środków euro-

pejskich w ramach programu Horyzont 2020, a prof. Mirosław Pajor oraz dr Marcin Hołub zaprezentowali dorobek naukowy zachodniopomorskich naukowców i opracowane przez nich rozwiązania technologiczne do wdrożenia w firmach.

Przerwa na lunch, podczas której odbywały się liczne rozmowy kulturalne uczestników Industrial Bridge, została także poświęcona na przearanżowanie sali i wydzielenie 20 stolików przeznaczonych na rozmowy, a punktualnie o 12.00 rozpoczęła się pierwsza sesja, która





trwała 20 minut. Po niej odbyło się kolejnych osiem sesji, a całość wydarzenia zakończyła się punktualnie o godzinie 15.00. Oprócz zaplanowanych wcześniej spotkań odbywały się również rozmowy przedsiębiorstw organizowane ad hoc na wniosek firm. Zwińczeniem tego intensywnego dnia była wizyta studyjna w Szczecińskim Parku Przemysłowym, gdzie grupa ok. 30 przedsiębiorców z Polski i Niemiec miała możliwość zapoznać się z jego funkcjonowaniem. Pewnym zaskoczeniem dla uczestników był fakt, że pozornie zapomniany

sektor morski w Szczecinie może się pochwalić ok. 60 firmami funkcjonującymi w tej branży w SPP.

Pierwsze opinie, jakie były przedstawiane przez uczestników wydarzenia, były zdecydowanie pozytywne. Obecnie przed RCIIT równie intensywna praca związana z monitoringiem. Będziemy rozmawiali z uczestnikami Industrial Bridge i śledzili losy ich ewentualnej współpracy w wyniku nawiązanych na giełdzie kontaktów. To właśnie ich wymierne efekty będą potwierdzeniem powodzenia im-

prezy. Trzymamy kciuki za realne przełożenie rozmów na podpisane kontrakty. Do zobaczenia na kolejnej edycji Industrial Bridge.

Dziękujemy za współpracę i zaangażowanie w realizację wydarzenia naszym partnerom, do których należą:

Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego,

Urząd Miasta Szczecin,

IHK Ostbrandenburg (Niemcy),

Technologiepark Warnemunde GmbH (Niemcy),

ZukunftsAgentur Brandenburg (Niemcy),

Technology Centre ASCR (Republika Czeska),

Centrum Przedsiębiorczości i Transferu Technologii Uniwersytetu Zielonogórskiego,

Klaster Metalowy Metalika,

Klaster Morski Pomorza Zachodniego,

Zachodniopomorski Klaster Morski,

MP Polskie Kłustry Sp. z o.o.,

Klaster Chemiczny Zielona Chemia,

Lubuski Klaster Metalowy,

Dom Gospodarki – Haus der Wirtschaft,

Poznański Park Naukowo-Technologiczny,

Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. w Koninie,

Uniwersytet Warszawski,

Dolnośląska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.,

Toruńska Agencja Rozwoju Regionalnego,

Świętokrzyskie Centrum Innowacji i Transferu Technologii,

Fundusz Górnośląski S.A.

Paweł Mieczan



W trakcie wydarzenia na gorąco zbieraliśmy komentarze uczestników na temat Industrial Bridge 2015. Przeważał zdecydowanie pozytywny ton wypowiedzi, a najciekawsze z nich prezentujemy poniżej.

// Oczywiście najważniejszym atutem tego typu wydarzenia jest możliwość bezpośrednich spotkań. Dla samorządu kontakt z przedsiębiorcami i sektorem naukowym jest niezwykle ważny, bo bez tego nie ma mowy o skutecznym rozwoju gospodarczym. Dla gminy Gryfino priorytetem jest znalezienie nowych inwestorów i zapewnienie uzbrojonych terenów w specjalnej strefie ekonomicznej. Na tym koncentrowałem swoje rozmowy, ale dzięki przyjętej formule była też możliwość swobodnej wymiany doświadczeń i omówienia innych spraw.”



Tomasz Miler

Zastępca Burmistrza Gminy Gryfino

// Spotkanie Industrial Bridge 2015 zorganizowane przez RClIT jest świetną okazją do nawiązania kontaktów biznesowych. Giełda kooperacyjna jest przykładem takiej formy spotkania, która daje rzeczywistą możliwość poznania nowych partnerów biznesowych i wymiany doświadczeń. Jest to również szansa na współpracę świata nauki z przedsiębiorstwami, co może przekładać się na ciekawe, innowacyjne rozwiązania. Czwartkowa konferencja obfitowała w nowe spotkania, ale również dawała możliwość zacieśnienia dotychczasowych relacji. Gratulujemy świetnej organizacji spotkania i z niecierpliwością oczekujemy kolejnych.”



Marta Bartoszek

Kierownik Oddziału Spedycji Łądowej, CSL Internationale Spedition Sp. z o.o.

Laura Hołowacz

Prezes Zarządu

// Działając na wymagającym rynku wszyscy mamy świadomość, że informacja o nowych technologiach i możliwościach ich finansowania jest podstawą konkurencyjności naszych przedsiębiorstw. EUROFLUID jako firma działająca w zakresie dystrybucji przemysłowych środków smarowych chętnie wzięła udział w konferencji Industrial Bridge. Zakres i tematyka spotkania sprzyjała nawiązaniu nowych kontaktów. Natomiast organizatorzy zadbali o frekwencję i dobrą atmosferę spotkania, dzięki temu wymiana doświadczeń i rozmowy były bardzo interesujące. Rejestracja i możliwość umówienia spotkań na stronie internetowej pozwoliło wcześniej poznać potencjalnego partnera i przygotować się do rozmowy. Profesjonalnie przygotowana i zorganizowana konferencja dlatego oczekuję kolejnych.”



Jarosław Drgas

Regionalny Kierownik Sprzedaży, EUROFLUID Krawczyk Sp. j.

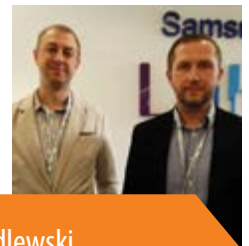
// To pierwsza impreza tego typu, w jakiej brałem udział. Miejsce spotkania było bardzo dobre, prezentacje i prelegenci pod względem fachowym również, choć część konferencyjna mogłaby być nieco krótsza. Giełda była wydajnie spędzonym czasem. Z pewnością będę regularnie brał udział w tego typu imprezach i polecać je innym.”



Norbert Ziemen

SMA Nord-Ost GmbH

// Zdecydowaliśmy się wziąć udział w wydarzeniu Industrial Bridge ponieważ stworzyło ono możliwość wymiany informacji pomiędzy firmami działającymi w przemyśle metalowym oraz zaprezentowanie naszej firmy. Mieliśmy okazję spotkać się z kłastrami metalowymi z Polski, jak i z zagranicy dzięki czemu zdobyliśmy cenną wiedzę na temat aktualnych trendów w branży, jak też potencjalnych kierunków dalszego rozwoju. Spotkaliśmy się również z poszczególnymi przedsiębiorcami z regionu, co zaowocowało nawiązaniem kontaktów biznesowych i wymianą doświadczeń. W pełni profesjonalna organizacja wydarzenia i merytoryka dyskusji sprawiła, że na pewno będziemy zainteresowani uczestnictwem w kolejnych podobnych przedsięwzięciach w przyszłości.”

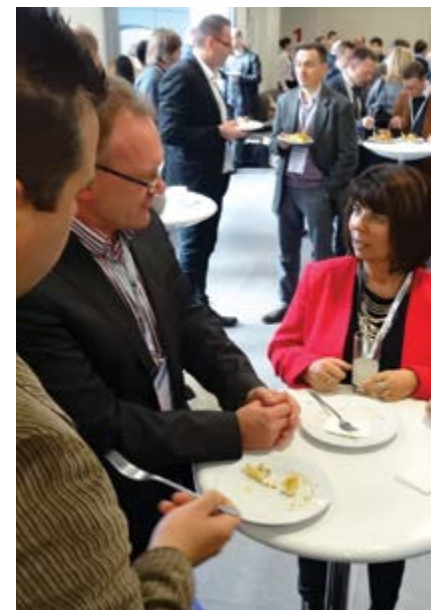


Bartosz Gidlewski

Prezes Zarządu, Stalen Sp. z o.o.

Wojciech Musiał

Wiceprezes Zarządu



Industrial Bridge2015

Przedsiębiorcy z 3 państw: Czechy, Niemcy i Polska

Firmy z 7 polskich województw

Ponad 120 uczestników konferencji

Ponad 60 uczestników giełdy kooperacyjnej

138 spotkań, w tym 57 spotkań międzynarodowych

Dziękujemy.

Organizator:



Współpraca:

