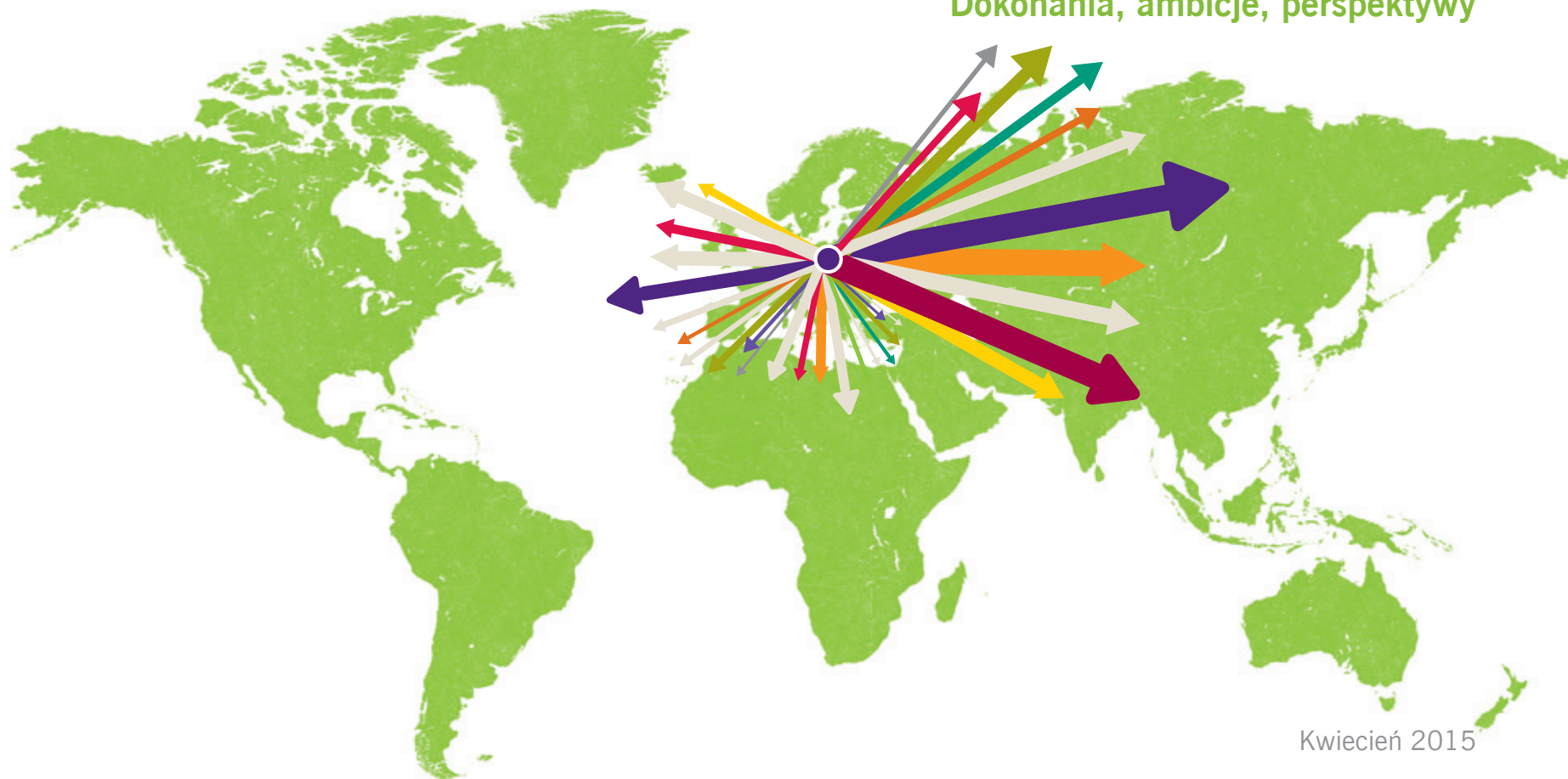


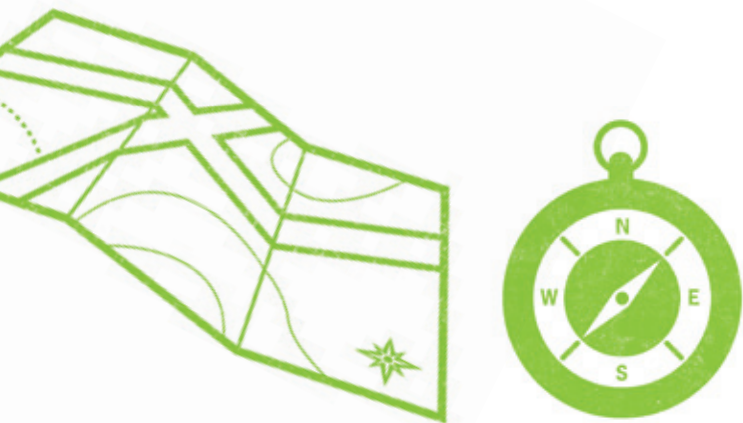
Zagraniczna ekspansja polskich firm

Dokonania, ambicje, perspektywy



Kwiecień 2015

Polacy pokochali busole i mapy



Pewien Włoch zatrudniony w banku postanowił pewnego dnia porzucić swoją profesję i spróbować sił jako samodzielny przedsiębiorca. Posada w banku nie była zła – pracował w finansowaniu handlu międzynarodowego, a więc sporo podróżował i na zarobki też nie mógł się uskarżać. Dlaczego zatem postanowił zostać przedsiębiorcą? Pociągało go jedno, bardzo konkretne wyzwanie – podczas jednej z podróży wpadł na pewien absolutnie innowacyjny pomysł, którego inni przedsiębiorcy branży transportowej nawet nie dostrzegali. Uparł się, że ten pomysł zrealizuje i udało się. Ten przedsiębiorca nazywał się Krzysztof Kolumb i bardzo szybko przeszedł nie tylko do annałów włoskiego biznesu, ale też do historii świata.

Do niedawna, do przemian ustrojowych 1989 r., polskie państwo skutecznie temperowało zapędy każdego obywatela, który miał w sobie choć trochę „kolumbowskiego” zapału do przedsiębiorczości i zdobywania nowych rynków. Dopiero ustawa Wilczka, okrągły stół i plan Belcerowicza zdjęły ten kaganiec i sprawiły, że Polacy mogli zostać przedsiębiorcami, a w dodatku mogli stawiać w szranki z zagraniczną konkurencją.

Ostatnie 25 lat pokazuje, że zapał do tego rodzaju aktywności był w społeczeństwie ogromny. Obecnie Polska ma dziesiątki tysięcy mniejszych i większych Kolumbów, czyli przedsiębiorców, którzy uznali, że Polska to dla nich za mało, postanowili zdobyć nowe, często bardzo odległe rynki i robią to z powodzeniem. W Polsce działa 60 tys. firm uzyskujących przychody z eksportu, a według statystyk GUS polskie towary były sprzedawane w 2014 r. w 218 krajach świata, w tym tak egzotycznych jak Gwinea Równikowa, Wyspy Kokosowe czy Kiribati. W dodatku, zasięg tej „kolumbowskiej choroby” dalej wśród obywateli się rozszerza – firm eksportujących przybywa, a wartość eksportu rośnie.

Oczywiście, można szukać dziury w całym, tzn. narzekać, że polski eksport nadal jest za mało innowacyjny, że dominują produkty tanie, że firmy raczej za granicę eksportują niż inwestują itd. Jednak mimo to uważamy, że jak na 25 lat, to i tak postęp jest ogromny. Polacy uwierzyli w przedsiębiorczość, zaczęli tworzyć własne produkty i z coraz większym powodzeniem przekonują świat, że właśnie „made in Poland” to najlepszy wybór. Może więc niedawne rewelacje naukowców, jakoby Krzysztof Kolumb miał polskie korzenie i nazywał się w rzeczywistości Kolumbowicz, to jednak prawda?

Tomasz Wróblewski

Partner Zarządzający Grant Thornton



Kluczowe wnioski

2161%

– o tyle wzrósł polski eksport przez 25 lat wolnego rynku.
To jeden z największych sukcesów transformacji

Ekspansja zagraniczna polskich firm oparta jest głównie na jednej, eksportowej nodze. Inwestycje za granicą to ciągle wielka rzadkość

36%

– o tyle, według prognoz Grant Thornton, wzrośnie w latach 2015-2020 wartość polskiego eksportu. Firmy będą coraz odważniej wchodzić na nowe rynki

Polska przestała być dostawcą surowców – ich udział w strukturze eksportu skurczył się czterokrotnie

Niska jakość towarów i niewielka innowacyjność firm – to główne mankamenty marki „made in Poland” na globalnych rynkach



CZĘŚĆ I

Dokonania ostatniego 25-lecia

Coraz więcej „made in Poland”



Ostatnie 25 lat to okres dynamicznego wzrostu polskiego eksportu. Kiedy gospodarka wychodziła z komunizmu, stopień jej umiędzynarodowienia był bardzo niewielki. W 1990 r. polski eksport wynosił zaledwie 12 mld USD, czyli stanowił równowartość niespełna 20 proc. polskiego PKB. Ponadto, w pierwszych latach kapitalizmu znaczenie zagranicznej sprzedaży dalej spadało (w 1992 r. udział eksportu w PKB spadł do 15 proc.), bo bankrutowały państwowe fabryki, a prywatne firmy jeszcze nie rozwinęły odpowiednio silnej bazy wytwórczej.

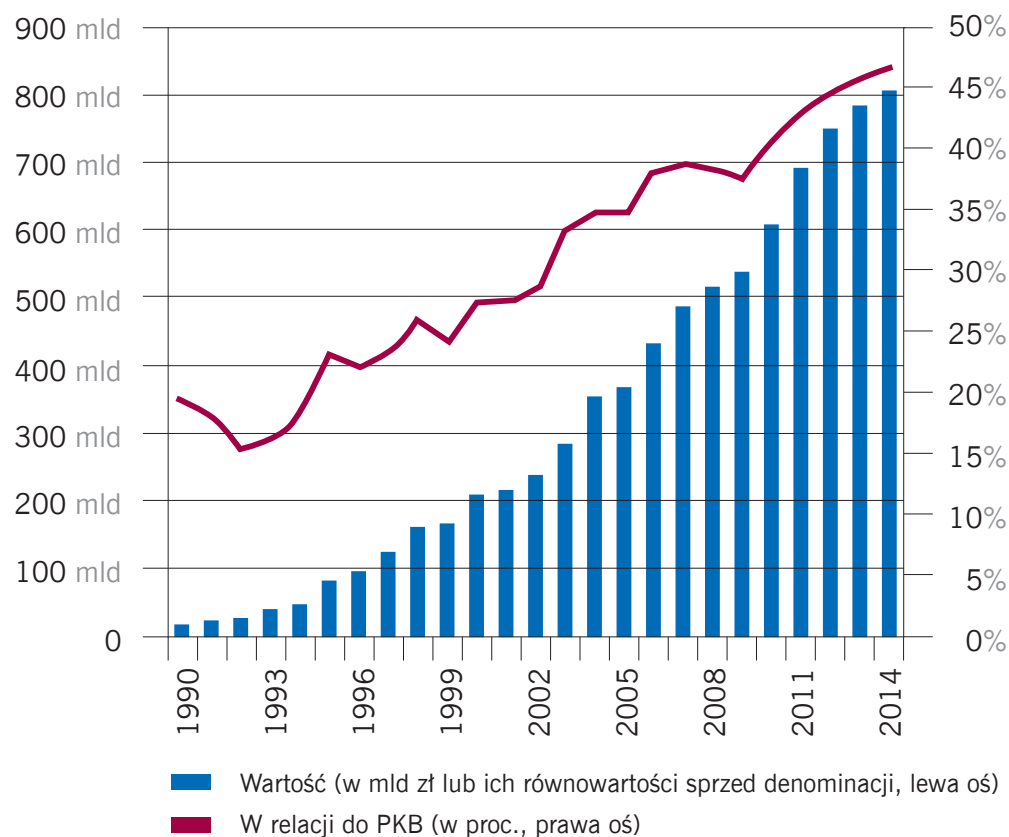
Od 1993 r. polski eksport rozpoczął jednak okres dynamicznego wzrostu, przerywanego jedynie na chwilę światowymi kryzysami. Kiedy w 2004 r. Polska wchodziła do Unii Europejskiej, jej eksport wynosił już 34,6 proc. PKB, a w 2014 r. osiągnął rekordowy poziom 46,7 proc. Licząc w dolarach, przez 25 lat transformacji zdolność polskiej gospodarki do zaspokajania potrzeb popytu zewnętrznego – a więc najważniejsza miara umiędzynarodowienia gospodarki – wzrosła aż 22-krotnie.

2161%

O tyle wzrosła w latach 1990-2014 nominalna wartość polskiego eksportu liczona w USD. Realnie (po uwzględnieniu inflacji dolara) to wzrost o 2069 proc. (inflacja dolara wyniosła w badanym okresie 92 proc.).

Wartość polskiego eksportu pod względem wartości i udziału w PKB

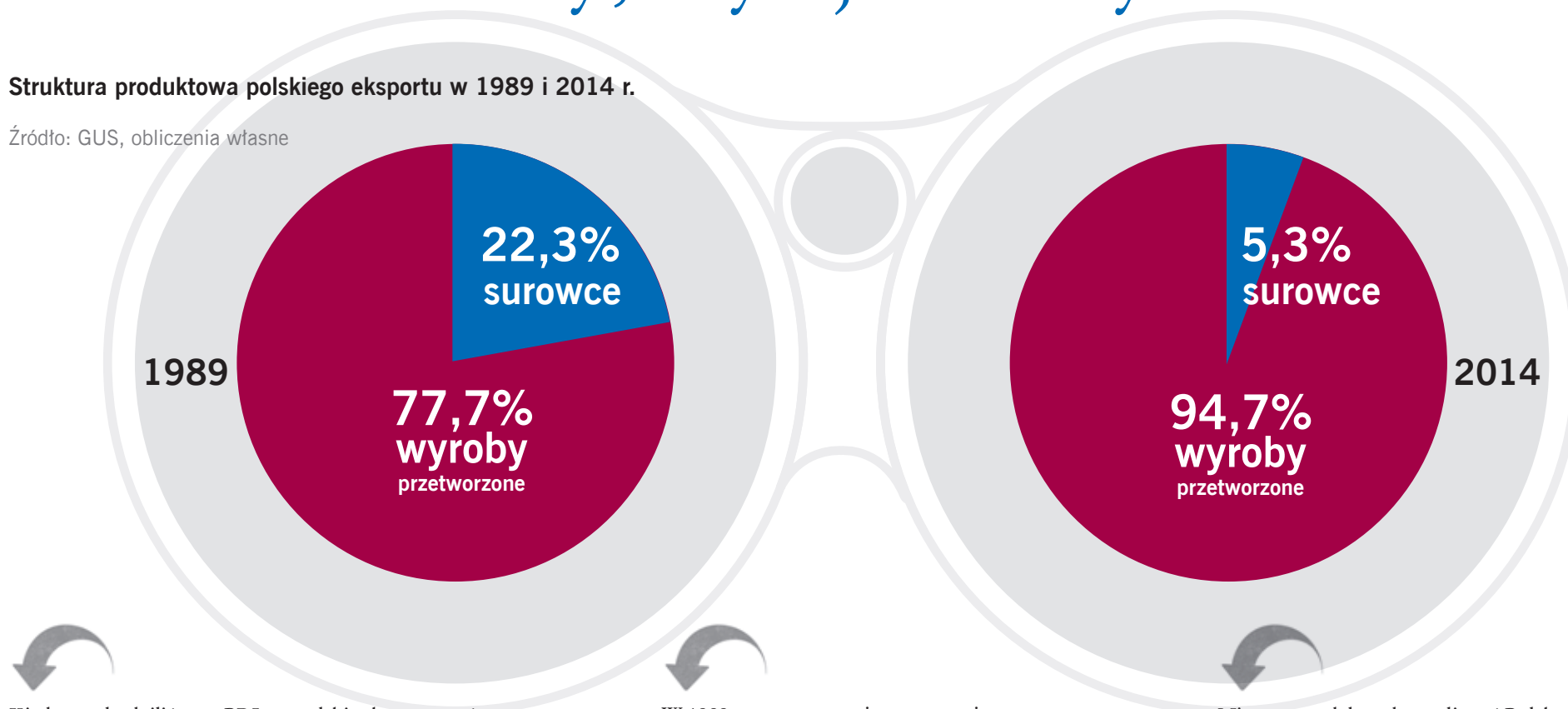
Źródło: GUS



Zmiana struktury, czyli już nie tylko surowce

Struktura produktowa polskiego eksportu w 1989 i 2014 r.

Źródło: GUS, obliczenia własne



Kiedy wychodziliśmy z PRL-u, polski sektor wytwórczy pogrążony był w głębokim kryzysie. Nierentowne państwowe fabryki musiały w warunkach wolnej konkurencji ograniczać produkcję, tymczasem prywatny sektor przetwórczy dopiero raczkował. Nic więc dziwnego, że na początku transformacji struktura polskiego eksportu była zdecydowanie niekorzystna, tzn. dominowały w niej produkty nisko przetworzone i surowce, a więc o niskiej wartości dodanej, a w związku z tym – z niską marżą dla producenta i w niewielkim stopniu stymulujące rozwój gospodarczy.

W 1989 r. surowce, a więc towary nieprzetworzone, zawierające najniższą wartość dodaną, stanowiły 22,3 proc. polskiego eksportu. Były to głównie surowce kopalniane (10,9 proc. całego eksportu, głównie węgiel), rolne (4,2 proc.) i metalurgiczne (3,5 proc.). Wraz z rozwojem gospodarczym wartość eksportowanych surowców nadal rosła, ale ich udział w całości eksportu szybko spadał. Obecnie surowce stanowią zaledwie 5,3 proc. polskiego eksportu.

Niestety, nadal trudno zaliczyć Polskę do eksporterów z „najwyższej ligi”, a więc specjalizujących się w produkcji dóbr finalnych, gotowych do użytku przez ostatecznego odbiorcę. Obecnie w polskim eksporcie dominują półprodukty i komponenty, czyli dobra przetworzone, ale jeszcze nie finalne. Stanowią one 49 proc. całej naszej produkcji towarowej sprzedawanej za granicą.

Zmiana kierunku ze Wschodu na Zachód



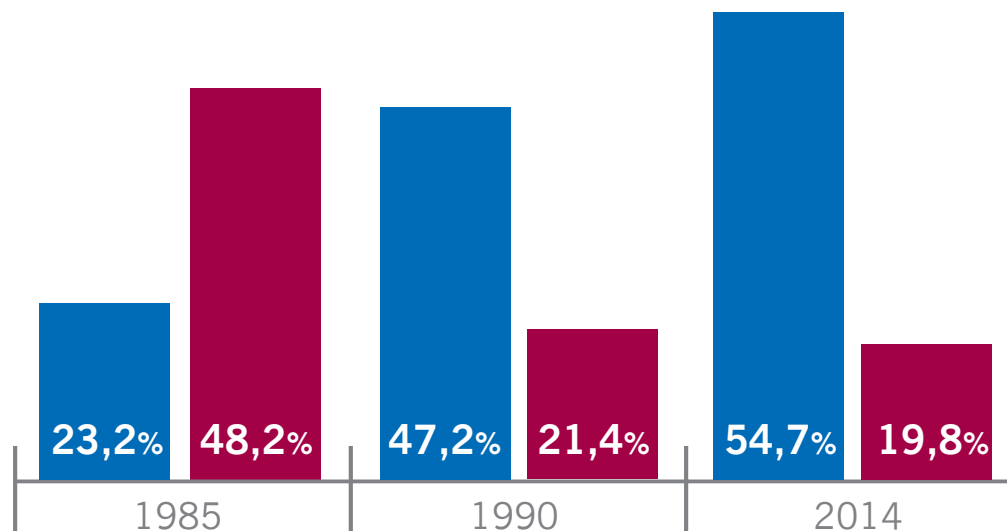
U schyłku PRL-u polski eksport był w największej części ukierunkowany na Wschód, do krajów bloku socjalistycznego. W 1985 r. kraje Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej (RWPG) odbierały 48,2 proc. całej naszej zagranicznej sprzedaży. W tym czasie do państw Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (EWG) trafiało zaledwie 23,2 proc. polskiego eksportu.

Po wyjściu Polski z komunizmu połączenia handlowe ze Wschodem załamały się i udział RWPG spadł w 1990 r. do 21,4 proc. Wprowadzenie wolnego rynku w Polsce sprawiło natomiast, że nasze relacje handlowe z Europą Zachodnią zaczęły gwałtownie się wzmacniać. W 1990 r. eksport do EWG stanowił już 47,2 proc. całej naszej zagranicznej sprzedaży. W zaledwie pięć lat ekspansja eksportowa polskiej gospodarki na Zachód podwoiła się.

Ten proces przemieszczania się polskiego eksportu ze Wschodu na Zachód – choć już nie aż tak dynamiczny jak na przełomie lat 80. i 90. – był kontynuowany przez całe kolejne ćwierć wieku. Obecnie do krajów dawnego EWG trafia 54,7 proc. polskiego eksportu, a do krajów dzisiejszej Unii Europejskiej – aż 80,6 proc. Tymczasem do państw dawnego RWPG (lub ich spadkobierców) wysyłamy już zaledwie 19,8 proc. zagranicznej sprzedaży (co pod względem wartości wyrażonej w dolarach i tak jest wielokrotnie większą sprzedażą niż w 1985 r.)

Struktura polskiego eksportu według grup krajów przeznaczenia

Źródło: GUS, obliczenia własne



■ Kraje dawnego EWG (dzisiejszej UE) ■ Kraje dawnego RWPG (blok socjalistyczny)

Skazani na bogatego sąsiada

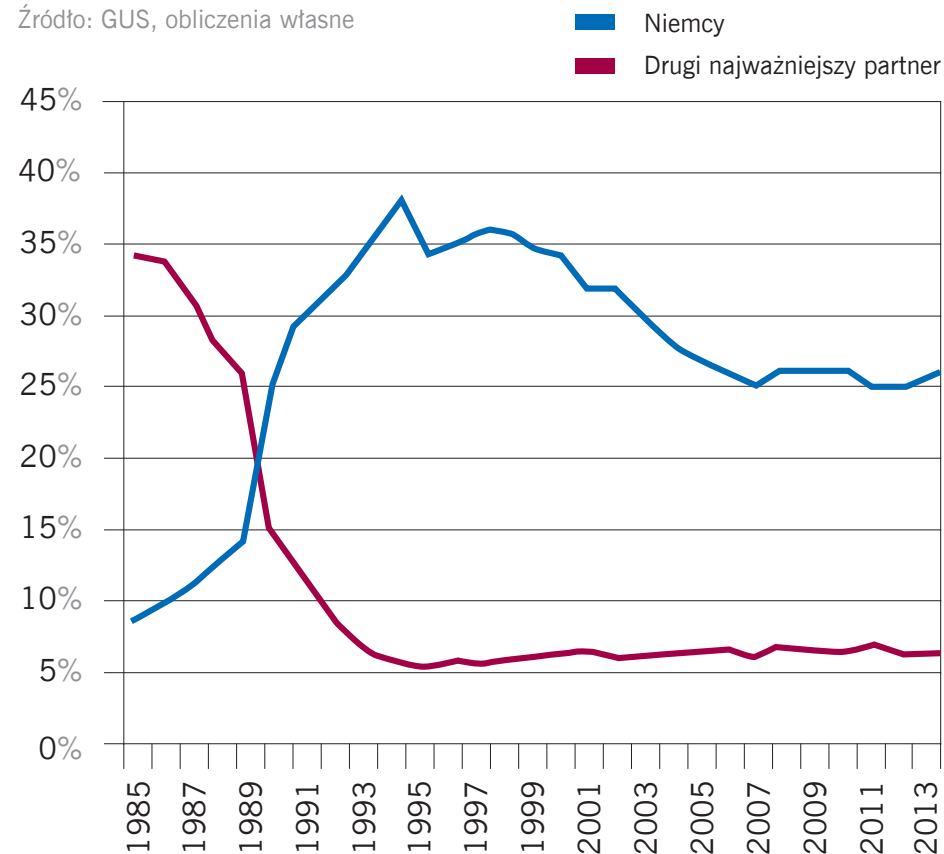


Na szczególną uwagę zasługuje silne uzależnienie polskiego handlu od Niemiec. Od samego początku polskiej transformacji gospodarczej – od 1989 r. – rynek ten utrzymywał pozycję zdecydowanie najważniejszego partnera handlowego Polski. W latach 1985-1995 udział Niemiec w polskim eksporcie wzrósł z 8,7 proc. do rekordowych 38,3 proc. Później wskaźnik ten nieco spadł, ale aż do teraz nasz zachodni sąsiad ma zdecydowanie największy wpływ na polski eksport, a więc na koniunkturę w całej polskiej gospodarce. Obecnie do Niemiec trafia 26,1 proc. naszej zagranicznej sprzedaży. Dla porównania, drugi najważniejszy partner handlowy Polski (zwykle Francja, Włochy lub Wielka Brytania) właściwie od początków transformacji odpowiada zaledwie za około 5-6 proc. polskiego eksportu. Polska wysyła tyle samo towarów do Niemiec, co do wszystkich pozostałych krajów strefy euro łącznie.

Tak silne uzależnienie Polski od popytu w niemieckiej gospodarce ma swoje dobre i złe strony. Np. w 2008 r. był to jeden z najistotniejszych kanałów, jakimi do naszego kraju przedostał się światowy kryzys finansowy. Z drugiej jednak strony, Niemcy przez ostatnie dwie dekady były jedną z najszybciej rozwijających się gospodarek Zachodniej Europy, co sprzyjało koniunkturze w Polsce. Można więc uznać, że w perspektywie całego minionego 25-lecia silne uzależnienie naszego kraju od Niemiec – mimo przejściowych wahan – raczej sprzyjało wzrostowi gospodarczemu Polski niż go osłabiało.

Udział Niemiec oraz drugiego najważniejszego partnera handlowego Polski w całości polskiego eksportu

Źródło: GUS, obliczenia własne



Inwestycje w tyle za eksportem

94 mld zł

Tyle kapitału w 2014 r. wycofały z Polski zagraniczne firmy w ramach dywidend. W tym czasie polskie firmy ze swoich zagranicznych podmiotów sprowadziły do kraju zaledwie 13 mld zł.

Nie ulega wątpliwości, że polska gospodarka osiągnęła w ostatnim ćwierćwieczu duży postęp w rozwoju eksportu. Warto jednak pamiętać, że eksport to tylko jeden z dwóch głównych kanałów ekspansji zagranicznej gospodarek. Drugim – w przypadku gospodarek rozwiniętych równie znaczącym – są inwestycje zagraniczne. W tym obszarze, niestety, Polska nie może pochwalić się na razie istotnymi osiągnięciami.

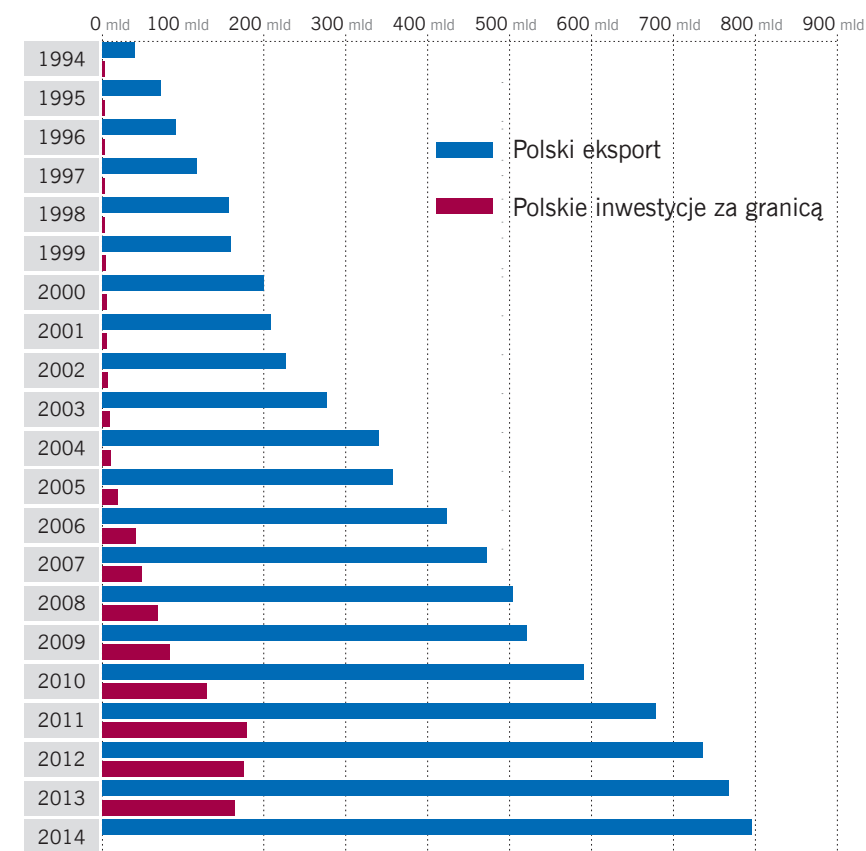
Skumulowane polskie inwestycje zagraniczne warte są obecnie około 170 mld zł. To zaledwie 21 proc. obrotów eksportowych z 2014 r. Ponadto, część z tych inwestycji to jedynie transakcje wynikające z działań optymalizacyjnych realizowanych przez zagraniczne firmy*. Tak niska zdolność polskich firm do inwestowania za granicą negatywnie wpływa na bilans płatniczy polskiej gospodarki. W 2014 r. zagraniczne firmy działające w Polsce w ramach dywidend przekazały właścicielom 94 mld zł, tymczasem polskie firmy z zagranicznych spółek sprowadziły do kraju jedynie 13 mld zł dywidend.

Z drugiej jednak strony, relatywnie niskie zagraniczne inwestycje Polski (przy relatywnie wysokim eksporcie) są zrozumiałe i podobny problem dotyczy większości państw rozwijających się. Na wczesnym etapie rozwoju gospodarczego naturalne jest, że firmy głównie eksportują. Dysponują zwykle niskimi kosztami produkcji, co jest naturalnym katalizatorem dla eksportu. Dopiero później, kiedy gospodarka dogania bogatsze kraje i przewaga niskich kosztów produkcji maleje, przedsiębiorstwa wchodzi na „wyższy etap” zagranicznej ekspansji, czyli zaczynają inwestować – budują za granicą swoje struktury i przenoszą produkcję. Wydaje się, że ta pozytywna tendencja w ostatnich latach w Polsce nasila się (choć z powodu wspomnianych problemów metodologicznych dotyczących statystyki trudno tę tezę udowodnić) i będzie postępować w kolejnych latach.

* Chodzi o zjawisko tzw. kapitału w tranzycie. Aby uniknąć opodatkowania, podmiotom w niektórych krajach opłacało się do niedawna rejestrować fikcyjne spółki w Polsce, a stąd prowadzić dalsze zagraniczne transakcje. Kapitał na papierze wpływał więc do Polski i za chwilę stąd wypływał jako zagraniczna inwestycja. Ten proceder w latach 2008-2011 silnie podbił statystykę polskich zagranicznych inwestycji w Polsce, a od 2012 r. – po zmianach przepisów w wielu krajach – zagraniczne podmioty wycofują się z tego typu struktur, przez co skala polskich zagranicznych inwestycji ostatnio oficjalnie spada.

Wartość polskiego eksportu oraz wartość polskich bezpośrednich inwestycji za granicą

Źródło: GUS, NBP



The background is a solid green color. In the top right corner, there are white geometric shapes: a small circle and a larger, partially visible circle. A large white circle is centered on the page, containing the text.

CZĘŚĆ II

Ekspansja
– stan na dzisiaj

Polscy eksporterzy na tle sąsiadów



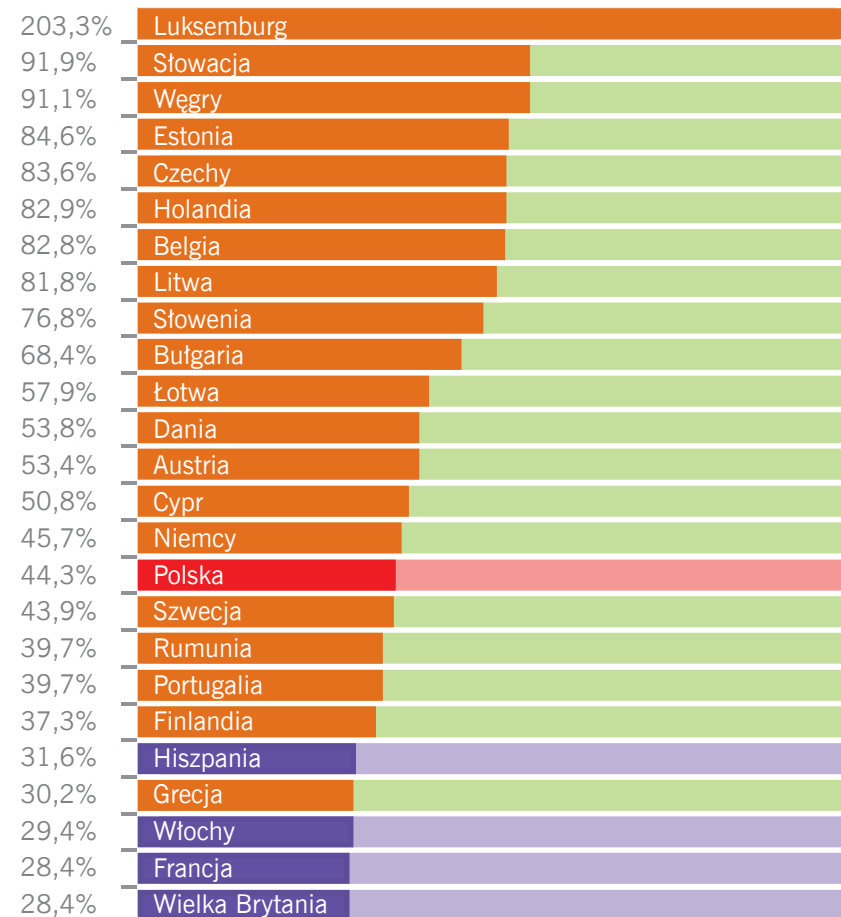
Jeśli spojrzeć na surowe dane dotyczące stopnia „ueksportowienia” poszczególnych państw Unii Europejskiej, to Polska w takim ujęciu prezentuje się mało okazale. Eksport w relacji do PKB (według unijnego ujęcia) wynosi 44 proc. PKB, co daje nam dopiero 19. miejsce na 28 państw. Wyprzedzają nas niemal wszystkie kraje Europy Środkowej i Wschodniej. Eksport Słowacji, Węgier, Estonii, Czech i Litwy w relacji do PKB jest około dwukrotnie wyższy niż w Polsce. W regionie wyprzedzamy jedynie Rumunię, w dodatku nieznacznie.

Warto jednak mieć świadomość, że takie proste ujęcie jest mylące i nie należy na tej podstawie wyciągać wniosków o konkurencyjności poszczególnych gospodarek. Polska w relacji do PKB eksportuje mniej towarów i usług niż większość sąsiadów z regionu, bo dysponuje nieporównywalnie większym niż sąsiedzi rynkiem wewnętrznym. Polskie firmy nie tyle są mniej zdolne do eksportu niż firmy słowackie czy węgierskie, co po prostu są do tego w mniejszym stopniu zmuszone, bo potrafią odnotowywać wzrosty sprzedaży na rodzimym rynku.

Jeśli zawężimy porównanie międzynarodowe jedynie do sześciu największych państw UE, to okaże się, że Polska pod względem zdolności eksportowej prezentuje się już bardzo korzystnie. Większy odsetek eksportu do PKB mają jedynie Niemcy, a więc największa i najbardziej konkurencyjna machina eksportowa Europy, jeden z największych eksporterów świata. Wyprzedzamy natomiast Francję, Wielką Brytanię, Hiszpanię i Włochy.

Eksport w relacji do PKB w krajach UE, 2014

Źródło: Eurostat

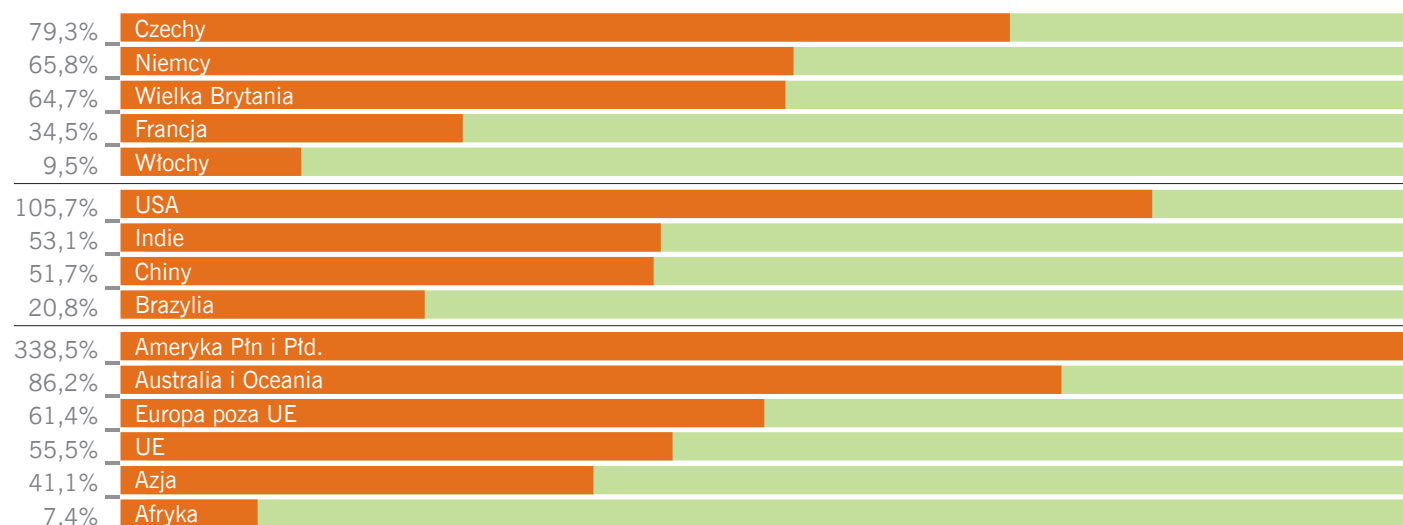


Jak zmienia się struktura polskiego eksportu

Wzrost polskiego eksportu na poszczególne rynki w latach 2009-2014

Źródło: GUS, obliczenia własne

Struktura geograficzna polskiego handlu zagranicznego jest od kilku lat relatywnie stabilna i kształtuje się mniej więcej według prostego schematu: ćwierć eksportu trafia do Niemiec, ćwierć do reszty strefy euro, ćwierć do reszty UE i ćwierć do reszty świata. Jednak pewne drobne zmiany struktury można zaobserwować.



Najważniejsze są trzy zjawiska:

1. Egzotyka coraz popularniejsza

W polskim eksporcie nasila się zjawisko reorientacji geograficznej, co oznacza, że w polskiej zagranicznej sprzedaży spada udział rynków „tradycyjnych” (UE czy strefy euro), a rośnie znaczenie nowych, nieco dalszych i dotąd bardzo mało eksploatowanych. Np. eksport do Australii i Oceanii wzrósł przez ostatnie pięć lat 9-krotnie mocniej niż do Włoch.

2. Rosnące znaczenie Ameryk

Przez pięć lat polski eksport do Ameryk Południowej i Północnej wzrósł aż o 340 proc. To skutek przede wszystkim silnego wzrostu eksportu do USA – naszego głównego partnera handlowego w tej części świata – a także wchodzenia polskich firm na nowe rynki.

3. Europa to nie tylko Unia

Ciekawy proces dotyczy polskiego eksportu do krajów europejskich. Przez wiele lat kraje UE były znacznie atrakcyjniejszym rynkiem zbytu niż kraje europejskie spoza UE. W ostatnich latach ta sytuacja się odwróciła o 180 stopni. Obecnie znacznie mocniej rośnie eksport do europejskich krajów spoza UE (np. na Białoruś, do Serbii, Gruzji czy Norwegii) niż do tych wchodzących w skład Wspólnoty.

Problem z innowacyjnością



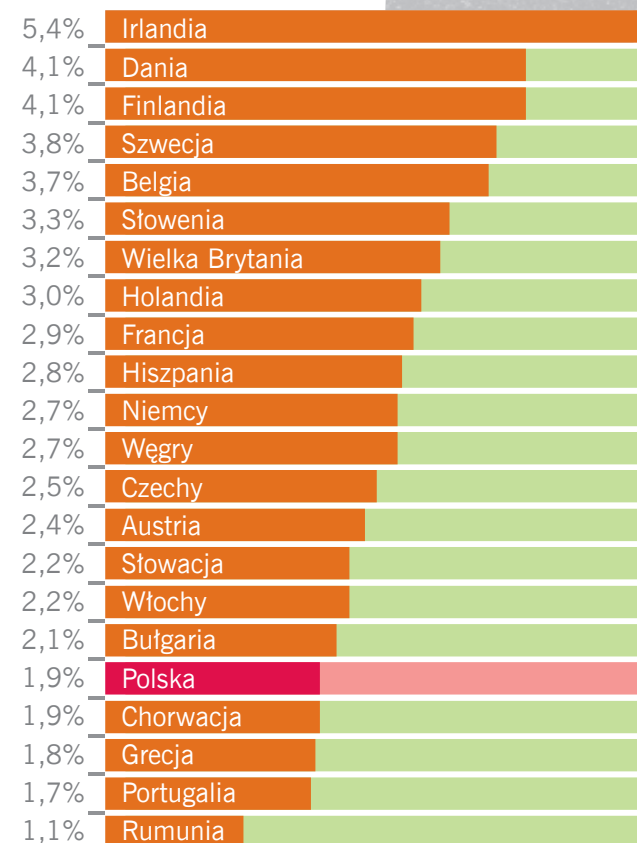
Choć przez ostatnie 25 lat polski eksport mocno wzrósł i awansowaliśmy jako gospodarka z „dostawcy surowców” na „dostawcę komponentów”, to jakość i innowacyjność polskich produktów nadal ustępuje produkcji większości innych krajów Unii Europejskiej. Według badania Komisji Europejskiej z 2014 r., Polska pod względem jakości technicznej towarów eksportowanych na wspólny rynek była na przedostatnim miejscu na 28 państw członkowskich (wyprzedzaliśmy jedynie Hiszpanię). W skali od 0 do 1 pkt (gdzie 0 oznacza bardzo niską jakość, a 1 bardzo wysoką) polski eksport został oceniony na 0,45 pkt, przy średniej unijnej na poziomie 0,52 pkt. Dla porównania, Czechy odnotowały jakość eksportu na poziomie 0,48 pkt, Niemcy 0,52 pkt, a Finlandia 0,65 pkt (badane było kilka tysięcy rodzajów produktów, których parametry techniczne były porównywane).

Niska innowacyjność polskiej gospodarki, a więc i polskiego eksportu, widoczna jest również w statystykach dotyczących udziału w gospodarce tzw. branż wiedzy (z ang. knowledge-intensive sectors, czyli farmacja, telekomunikacja, programowanie i działalność badawczo-rozwojowa). W Polsce firmy z tych branż zatrudniają 300 tys. osób, co stanowi 1,9 proc. całego krajowego zatrudnienia. To jeden z pięciu najniższych wyników w UE. Średnio w całej Unii odsetek ten to 2,7 proc., a w Irlandii czy w krajach skandynawskich branże wiedze to 4-5 proc. zatrudnienia.

Zatrudnienie w tzw. branżach wiedzy*
(jako odsetek całego zatrudnienia w kraju, 2014)

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych Eurostatu.

*Branże wiedze to farmacja, telekomunikacja, programowanie, działalność badawczo-rozwojowa.





CZĘŚĆ III

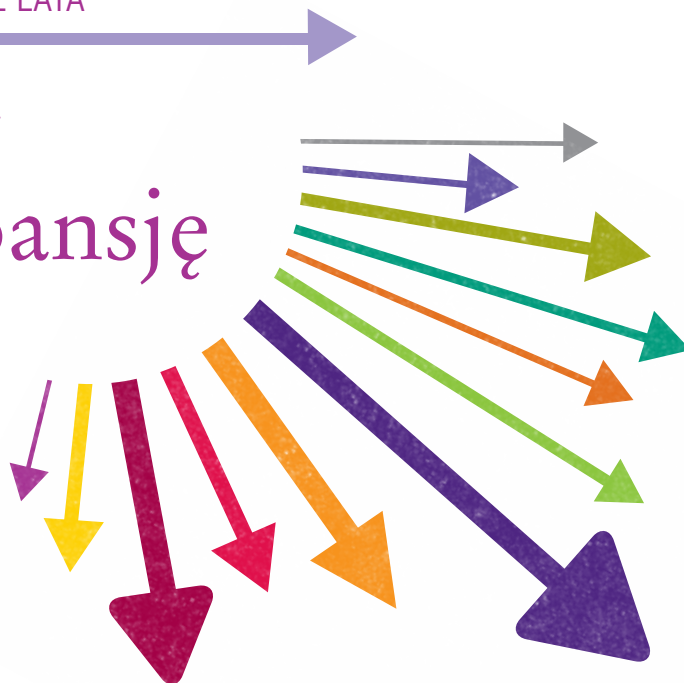
Perspektywy na kolejne lata

Polskie firmy polubiły ekspansję



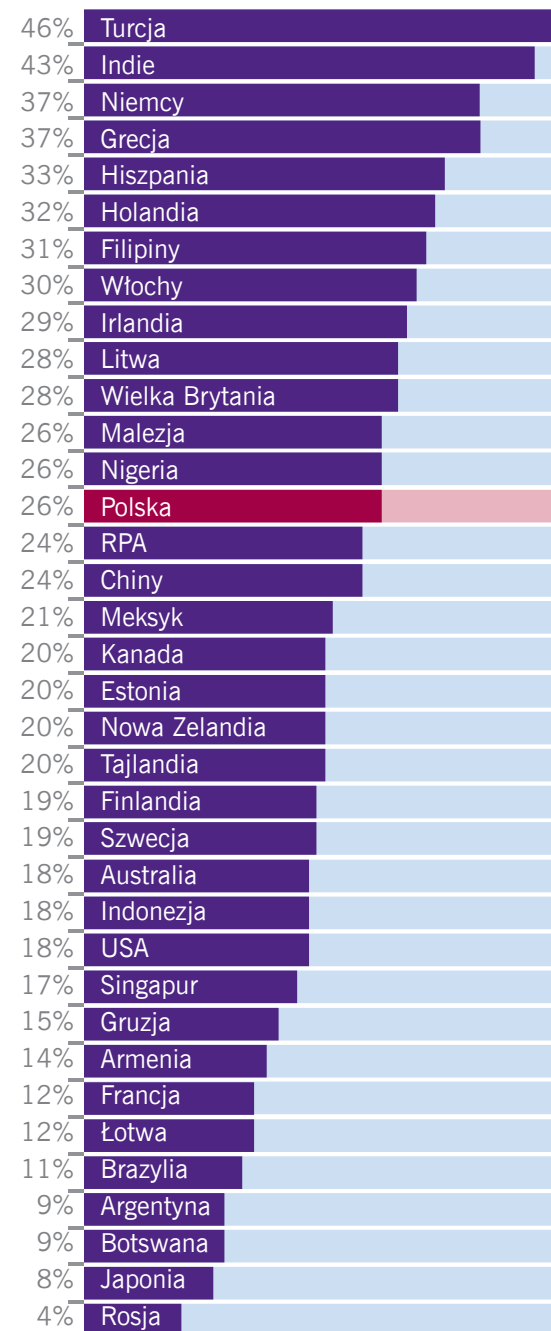
Choć polskie firmy w ostatnim ćwierćwieczu silnie zwiększyły swoje przychody z eksportu, to ich apetyt rośnie w miarę jedzenia – polscy przedsiębiorcy chcą dalej umacniać swoją pozycję za granicą i zdobywać nowe rynki. Badania wśród przedsiębiorców pokazują, że ekspansja zagraniczna jest obecnie jedną z głównych strategii rozwoju polskich firm i całej gospodarki.

Według badania przeprowadzonego przez Grant Thornton, 30 proc. średnich i dużych firm w Polsce chce w 2015 r. zwiększyć swoje przychody z eksportu, a tylko 4 proc. spodziewa się ich spadku. Na tle innych 35 państw, w których prowadzone było badanie, to dość dobre wyniki. Średnio w całym globalnym badaniu wzrost eksportu planuje 25 proc. firm, a spadek – 4 proc. Jeśli ograniczyć porównanie tylko do krajów rozwijających się, Polska wypada jeszcze lepiej. Średnie w tych krajach zwiększyć eksport chce 19 proc. firm, a spadek prognozuje 6 proc.



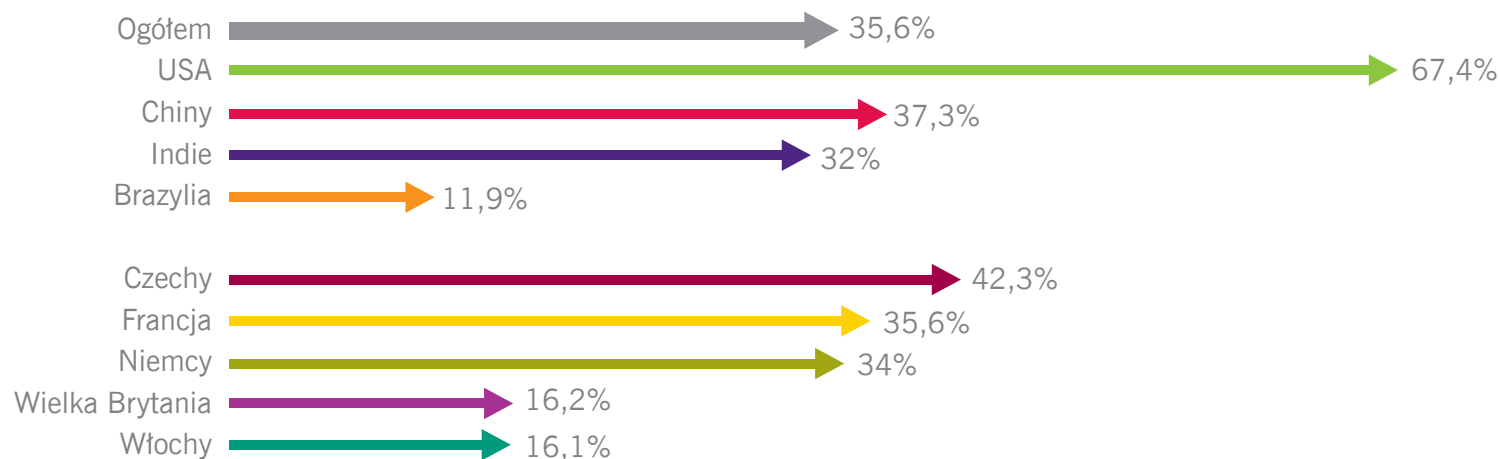
Oczekiwania firm dotyczące przychodów z eksportu w 2015 r. Odsetek tych, które oczekują wzrostu, pomniejszony o odsetek tych, które oczekują spadku

Źródło: Badanie ankietowe International Business Report, przeprowadzone na koniec 2014 r. przez Grant Thornton wśród 36 krajów świata, na próbie 10 tys. średnich i dużych przedsiębiorstw.



Prognozy Grant Thornton

Dynamika polskiego eksportu do wybranych krajów w latach 2015-2020, prognozy Grant Thornton



Polski eksport ma przed sobą okres stabilnego, dynamicznego rozwoju – wynika z prognoz Grant Thornton. Do 2020 r. zagraniczna sprzedaż wzrośnie łącznie o 35,6 proc., co oznacza średnią dynamikę roczną eksportu na poziomie 5,2 proc. Co prawda, jest to nieco wolniejsze tempo niż to, które odnotowano w poprzednich pięciu latach (2010-2014), kiedy polski eksport wzrósł o 66,1 proc. Warto jednak pamiętać, że polska sprzedaż zagraniczna podnosiła się po silnym załamaniu z lat 2008 i 2009 (w samym 2009 r. polski eksport spadł o 15,5 proc., dzięki czemu w samym 2010 r. odnotowano wzrost o 22,3 proc.).

Spośród głównych partnerów handlowych Polski, najmocniej w najbliższych pięciu latach będzie rósł eksport do Czech. Już w ostatnich latach znaczenie tego rynku dla polskiego eksportu szybko rosło (w latach 2009-2014 nasze firmy odnotowały wzrost sprzedaży na tym rynku o 79,3 proc.) i ta pozytywna tendencja zostanie podtrzymana (choć z powodu osłabienia koniunktury dynamika tych zmian nieco spowolni).

Spośród największych państw świata, najmocniej będzie rósł natomiast polski eksport do USA. Według prognoz Grant Thornton, do 2020 r. sprzedaż towarów „made in Poland” na tym rynku się podwoi. Będzie to skutek, z jednej strony, opisanego wcześniej procesu reorientacji geograficznej eksportu, a z drugiej – dobrej koniunktury gospodarczej w USA. W dłuższej perspektywie handel między Polską a USA może być wspierany przez negocjowaną właśnie umowę o wolnym handlu między USA a Unią Europejską (TTIP – Transatlantic Trade and Investment Agreement).

Prognozy Grant Thornton

Pełne prognozy dla polskiego eksportu i zmiany jego struktury geograficznej w latach 2014-2020*

5 największych odbiorców polskiego eksportu				
	Dynamika polskiego eksportu 2015-2020	Udział w polskim eksporcie – 2014	Udział w polskim eksporcie – 2020	Zmiana 2014-2020
Czechy	42,3 %	6,3 %	7,0 %	0,7 %
Wielka Brytania	16,2 %	6,4 %	6,6 %	0,2 %
Niemcy	34,0 %	34 %	26,0 %	-0,1 %
Francja	35,6 %	5,6 %	4,2 %	-1,4 %
Włochy	16,1 %	4,5 %	2,6 %	-1,9 %
Duże rynki, z dużym potencjałem				
	Dynamika polskiego eksportu 2015-2020	Udział w polskim eksporcie – 2014	Udział w polskim eksporcie – 2020	Zmiana 2014-2020
Brazylia	11,9 %	0,2 %	0,1 %	-0,1 %
Chiny	37,3 %	1,0 %	1,2 %	0,2 %
Indie	32,0 %	0,2 %	0,3 %	0,1 %
USA	67,4 %	2,2 %	2,9 %	1,7 %
Regiony świata				
	Dynamika polskiego eksportu 2015-2020	Udział w polskim eksporcie – 2014	Udział w polskim eksporcie – 2020	Zmiana 2014-2020
Ameryka Pn. i Pd.	45,3 %	3,3 %	4,2 %	0,9 %
Azja	41,7 %	5,8 %	6,8 %	1,0 %
Europa poza UE	42,4 %	12,2 %	14,5 %	2,3 %
Afryka	41,1 %	1,3 %	1,5 %	0,2 %
Australia i Oceania	38,1 %	0,3 %	0,3 %	0,0 %
UE	33,6 %	77,1 %	72,7 %	-4,4 %
Ogółem – polski eksport				
	Dynamika polskiego eksportu 2015-2020	Udział w polskim eksporcie – 2014	Udział w polskim eksporcie – 2020	Zmiana 2014-2020
Ogółem	35,6 %	100 %	100 %	0,0 %

*Wszystkie wyliczenia dotyczą eksportu towarów i usług ujętego w EUR (na podstawie danych GUS, wg nomenklatury scalonej CN).



Według prognoz Grant Thornton, w najbliższych latach w strukturze eksportu rósł będzie udział nowych, dotąd mało eksploatowanych rynków, a spadać będzie udział większości głównych odbiorców polskiego eksportu. W latach 2014-2020 udział Unii Europejskiej w strukturze polskiego eksportu spadnie o 4,4 pkt proc. – z 77,1 do 72,7 proc. Najmocniej zwiększy się natomiast znaczenie Ameryki Północnej i Południowej. Jej udział w polskim eksporcie nadal pozostanie relatywnie niewielki, ale wzrost będzie istotny – w latach 2015-2020 zwiększy się z 3,3 do 4,2 proc.

Kontakt



Tomasz Wróblewski

Partner Zarządzający

T +48 61 62 51 133

M +48 605 106 005

E tomasz.wroblewski@pl.gt.com



Jacek Kowalczyk

Dyrektor, PR

T +48 22 205 4841

M +48 505 024 168

E jacek.kowalczyk@pl.gt.com



Grant Thornton

An instinct for growth™

www.GrantThornton.pl

Informacje zawarte w niniejszym dokumencie mają jedynie charakter ogólny i poglądowy. Nie stwarzają one stosunku handlowego ani stosunku świadczenia usług doradztwa podatkowego, prawnego, rachunkowego lub innego profesjonalnego doradztwa. Przed podjęciem jakichkolwiek działań należy skontaktować się z profesjonalnym doradcą w celu uzyskania porady dostosowanej do indywidualnych potrzeb. Grant Thornton Frąckowiak Sp. z o.o. Sp. k. dołożyło wszelkich starań, aby informacje znajdujące się w niniejszym dokumencie były kompletne, prawdziwe i bazowały na wiarygodnych źródłach. Grant Thornton Frąckowiak Sp. z o.o. Sp. k. nie ponosi jednak odpowiedzialności za ewentualne błędy lub braki w nich oraz błędy wynikające z ich nieaktualności. Grant Thornton Frąckowiak Sp. z o.o. Sp. k. nie ponosi także odpowiedzialności za skutki działań będące rezultatem użycia tych informacji.