



Nagroda Emerging
Market Champions

citi handlowy®

citihandlowy.pl/konkursemergingmarketchampions

Raport z badania „Jak konkurować na rynkach zagranicznych”

Cytowanie bez ograniczeń pod warunkiem podania źródła:

„Jak konkurować na rynkach zagranicznych”,

badanie Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, Millward Brown, sierpień 2015

www.kronenberg.org.pl
Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy

Fundacja Kronenberga

citi handlowy

inspiracja
do działania





Nagroda Emerging
Market Champions

citi handlowy®

citihandlowy.pl/konkursemergingmarketchampions

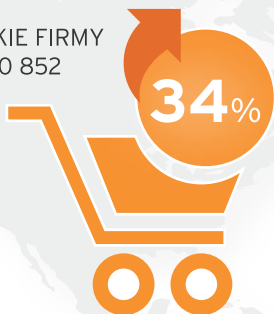
Informacje o rynku

Informacje o rynku - działalność międzynarodowa w Polsce - firmy eksportujące

PROCENT FIRM EKSPORTUJĄCYCH

WSZYSTKIE FIRMY
n = 50 852

34%



MAŁE FIRMY
n = 33 830

25%



ŚREDNIE FIRMY
n = 13 905

48%



DUŻE FIRMY
n = 3 117

65%



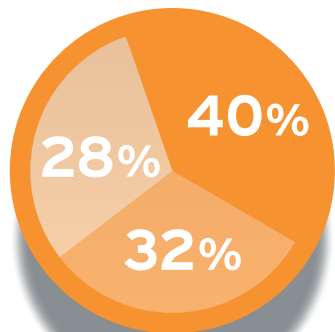
Informacje o rynku - działalność międzynarodowa w Polsce - przychody

PRZYCHÓD Z CAŁEJ DZIAŁALNOŚCI

WSZYSTKIE FIRMY
n = 50 852



2920 mld zł

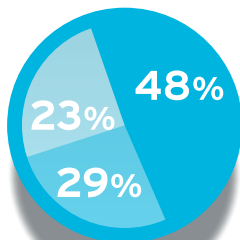


■ do 10%
■ 11% - 50%
■ powyżej 50%

MAŁE FIRMY
n = 33 830



477 mld zł

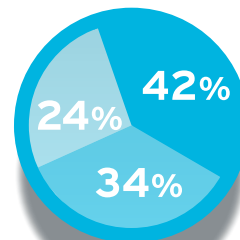


■ do 10%
■ 11% - 50%
■ powyżej 50%

ŚREDNIE FIRMY
n = 13 905



756 mld zł

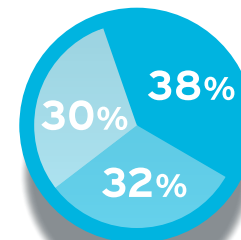


■ do 10%
■ 11% - 50%
■ powyżej 50%

DUŻE FIRMY
n = 3 117



1687 mld zł



■ do 10%
■ 11% - 50%
■ powyżej 50%





Nagroda Emerging
Market Champions

citi handlowy®

citihandlowy.pl/konkursemergingmarketchampions

Informacje o badaniu

Informacje o badaniu

CELE BADANIA

Głównym celem badania jest zdiagnozowanie, w jaki sposób i z kim konkurują polskie firmy.

PRÓBA

Badanie zrealizowane na próbie losowo-kwotowej objęto N = 500 wywiadów - firmy o obrotach powyżej 8 mln zł. Dodatkowym warunkiem rekrutacyjnym jest pochodzenie minimum 10% obrotu firmy z działalności międzynarodowej.

Firmy objęte badaniem muszą wykonywać jedną z dwóch poniższych czynności:

- eksport produktów lub części do produktów
- posiadanie oddziału lub przedstawicielstwa w innych krajach

Z badania wykluczone zostały mikroprzedsiębiorstwa.

TECHNIKA ZBIERANIA DANYCH

Badanie zostało zrealizowane techniką CAPI (Computer Assisted Personal Interviews.)

TERMIN REALIZACJI

lipiec-sierpień 2015 roku





Nagroda Emerging
Market Champions

citi handlowy®

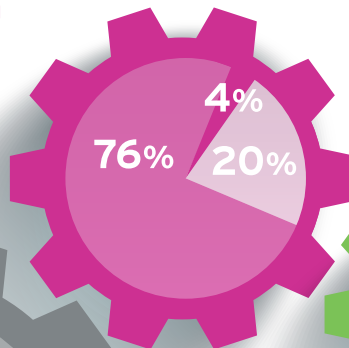
citihandlowy.pl/konkursemergingmarketchampions

Wyniki badania

Charakterystyka przedsiębiorstw działających na światowych rynkach

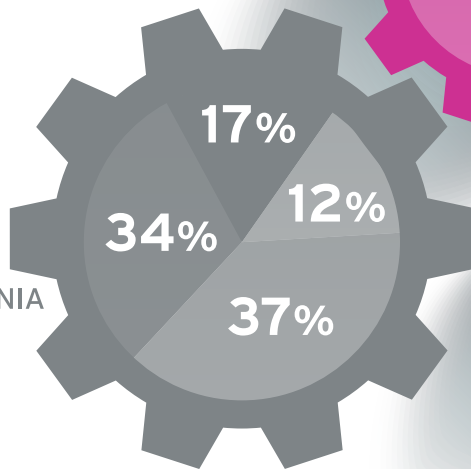
CZAS FUNKCJONOWANIA NA POLSKIM RYNKU

- 3-4 LATA
- 5-10 LAT
- POWYŻEJ 10 LAT



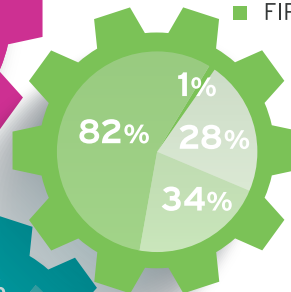
DŁUGOŚĆ PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYKRAJOWEJ

- 3-5 LAT
- 6-10 LAT
- 11-15 LAT
- DŁUŻEJ NIŻ 15 LAT



CHARAKTERYSTYKA DZIAŁANIA FIRMY

- FIRMA POSIADA ODDZIAŁ LUB PRZEDSTAWICIELSTWO W INNYM KRAJU
- FIRMA IMPORTUJE PRODUKTY LUB CZĘŚCI DO PRODUKTÓW/USŁUG
- FIRMA EKSPORTUJE PRODUKTY LUB CZĘŚCI DO PRODUKTÓW/USŁUG
- FIRMA PROWADZI PRODUKCJĘ ZA GRANICĄ

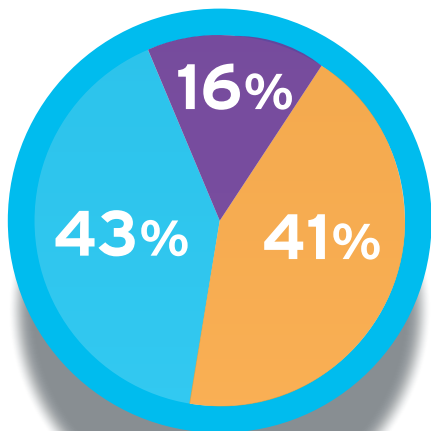


ODSETEK OBROTU GENEROWANY PRZEZ DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYKRAJOWĄ

- 10-49% OBROTÓW
- OKOŁO 50% OBROTÓW
- POWYŻEJ 50% OBROTÓW

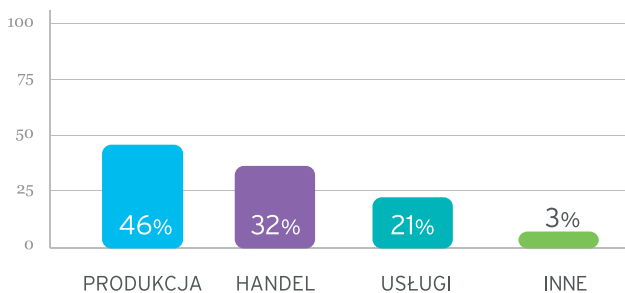


OBRÓT FIRM W OSTATNIM ROKU OBRACHUNKOWYM

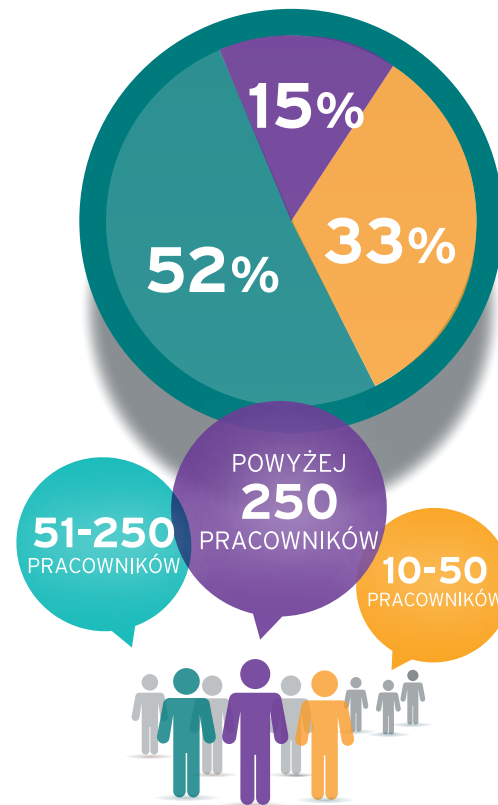


- 8 MLN DO 14,9 MLN ZŁ
- 15 MLN DO 150 MLN ZŁ
- POWYŻEJ 150 MLN ZŁ

BRANŻA



WIELKOŚĆ ZATRUDNIENIA

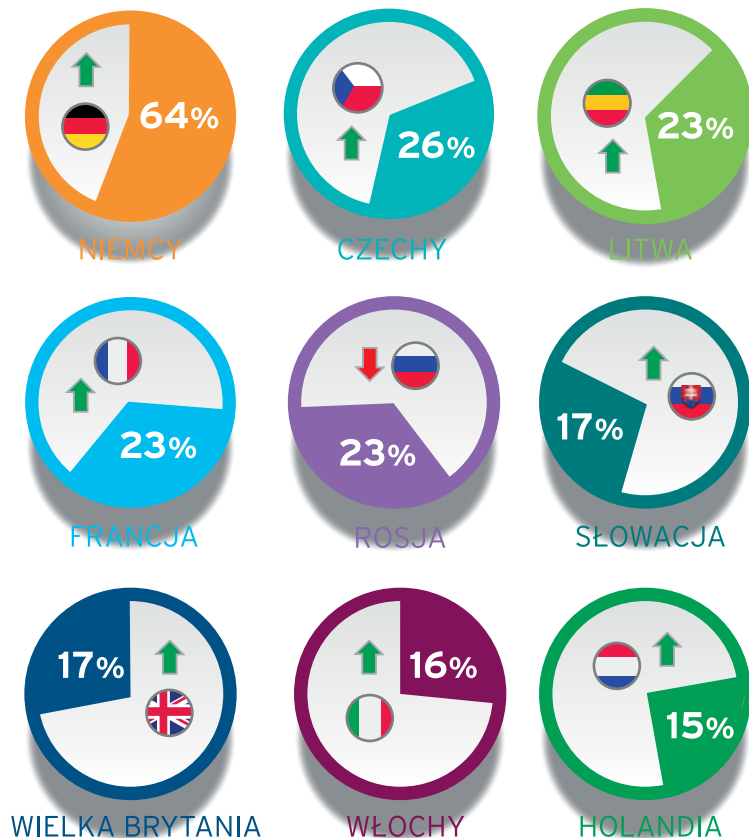


Fundacja Kronenberga

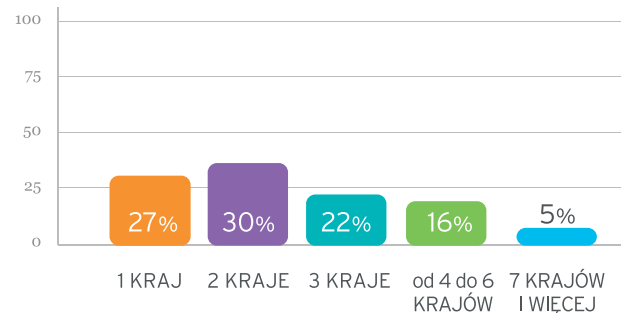
citi handlowy

inspiracja
do działania

Gdzie firmy rozwijają swoją działalność zagraniczną?



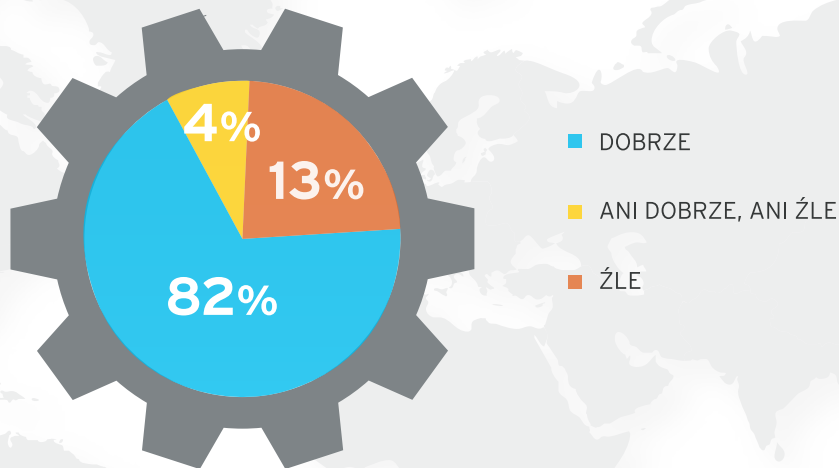
LICZBA KRAJÓW, W KTÓRYCH FIRMY PROWADZĄ DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWĄ



Podstawa: Ogół firm, n = 500

↑ ↓ ZMIANA W STOSUNKU DO ROKU 2014

Jak polskie firmy oceniają decyzję o rozszerzeniu działalności na rynki zagraniczne?



Podstawa: Ogół firm, n = 500

Konkurencja na rynkach zagranicznych - czym konkurują polskie firmy?

CZYM KONKURUJĄ POLSKIE FIRMY?

56%

JAKOŚCIĄ

41%

CENĄ (obniżka kosztów)

3%

ZARÓWNO CENĄ,
JAK I JAKOŚCIĄ

POZYSKIWANIE PARTNERÓW: WSPÓŁPRACA Z PODMIOTAMI LOKALNEGO RYNKU CZY PRZEJMOWANIE FIRM

WYKUPIJE/PRZEJMUJE
LOKALNE FIRMY

72%

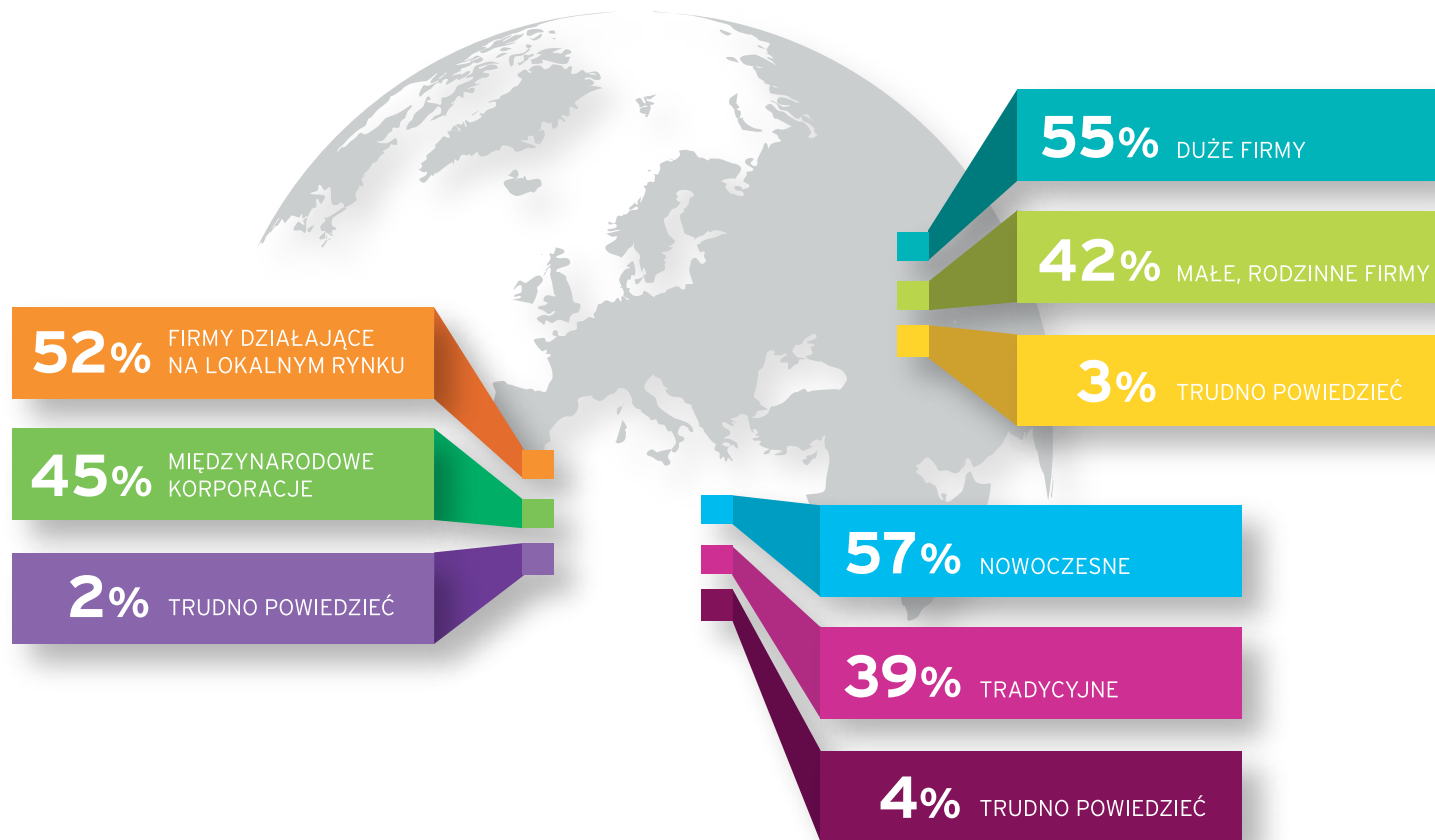
STARA SIĘ POZYSKIWAĆ
PARTNERÓW DO WSPÓŁPRACY
NA LOKALNYM RYNKU

23%

ŻADNE Z POWYŻSZYCH

5%

Konkurencja na rynkach zagranicznych - z kim konkurują polskie firmy?



Konkurencja na rynkach zagranicznych - strategie działania

51%

KONCENTRACJA ZARÓWNO NA OBROTCIE, JAK I RENTOWNOŚCI

21%

DZIAŁANIA AD HOC DOSTOSOWANE DO BIEŻĄCEJ SYTUACJI

10%

KONCENTRACJA NA OBROTCIE, NAWET GDYBY MIAŁO SIĘ
TO ODBYĆ KOSZTEM RENTOWNOŚCI

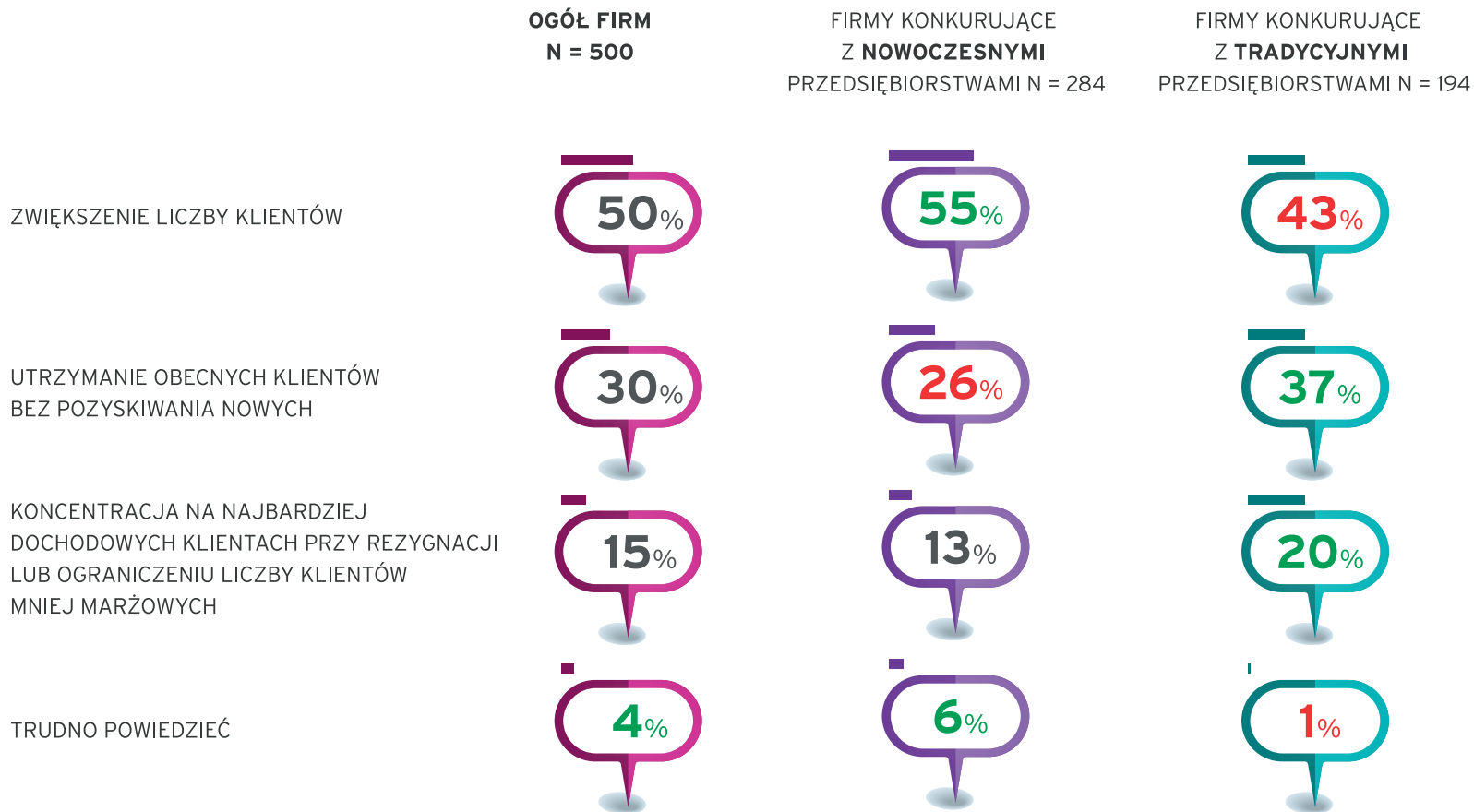
9%

KONCENTRACJA NA RENTOWNOŚCI, NAWET GDYBY OBRÓT MIAŁ SIĘ ZMNIJSZYĆ

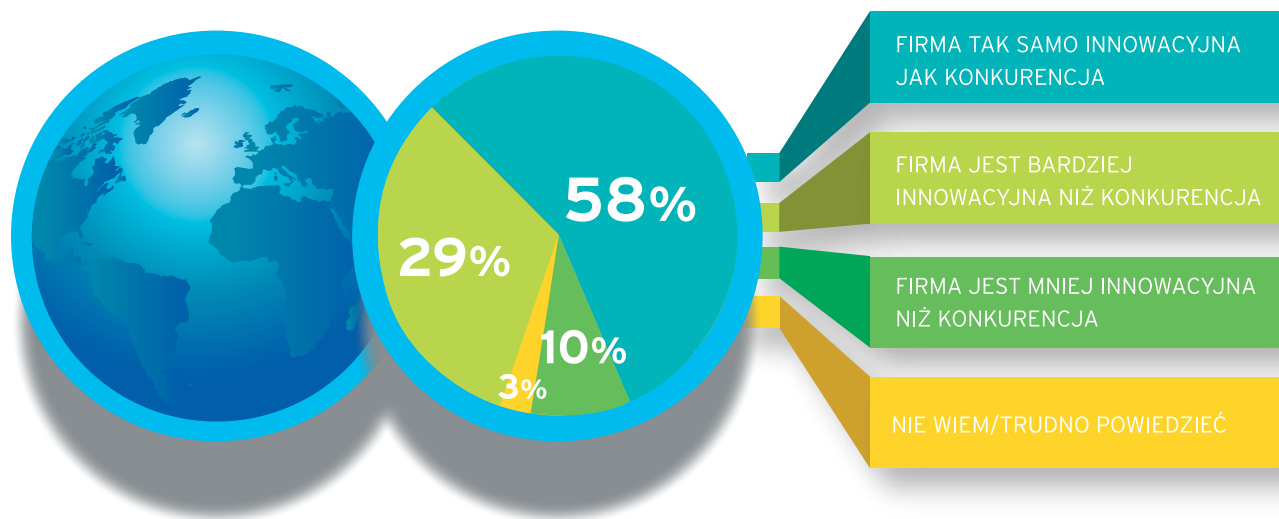
8%

DZIAŁALNOŚĆ JEST NA TYLE NIEWIELKA, ŻE FIRMA NIE POSIADA ŻADNEJ STRATEGII

Konkurencja na rynkach zagranicznych - jak polskie firmy zwiększają konkurencyjność?



Innowacyjność polskich firm - jak postrzegają siebie na tle konkurencji?



Podstawa: Ogół firm, n = 500

FIRMA BARDZIEJ INNOWACYJNA
N = 146

nowoczesna polityka/
ciągły rozwój firmy
i pracowników

47%

innowacyjność produktów/
korzystanie z najnowszych
technologii

31%

wyznaczanie
standardów jakości

26%

wyczulenie na zmiany
rynkowe wsparta
zapleczem badawczym

11%

**FIRMA TAK SAMO INNOWACYJNA
JAK KONKURENCJA**
N = 292

rozwijamy się w tempie
konkurencji

35%

innowacyjność produktów/
korzystanie z najnowszych
technologii

22%

nowoczesna polityka firmy

19%

jakość oferty

17%

wyczulenie na zmiany
rynkowe

15%

FIRMA MNIEJ INNOWACYJNA
N = 52

organizacja firmy
- koncentracja na innych
kwestiach niż innowacje

33%

większe nakłady
konkurencji na innowacje

25%

mniejsza paleta produktów

10%

wizerunek firmy

4%

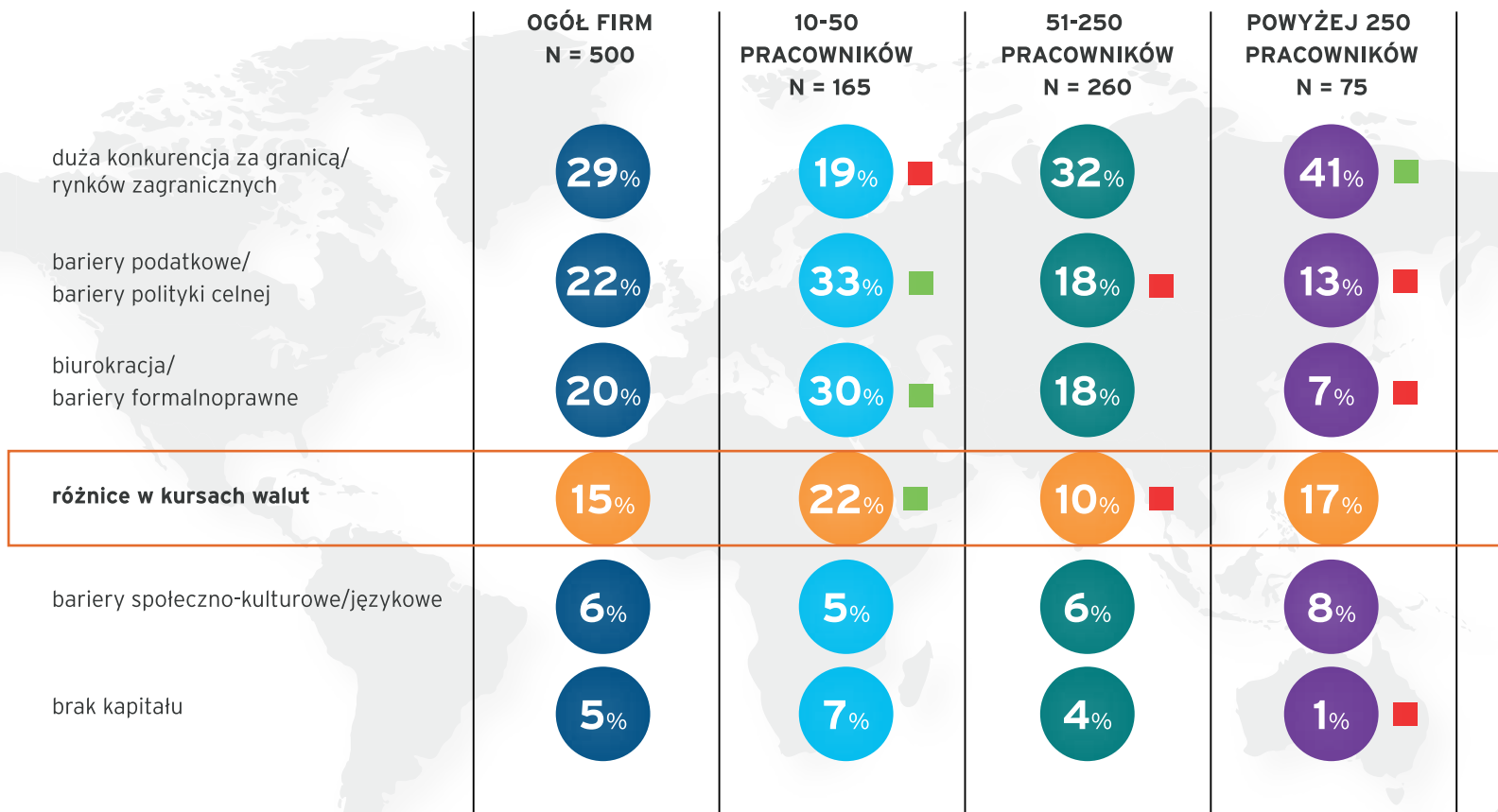
przywiązanie
do sprawdzonych rozwiązań

4%

Podstawa: Ogół firm, n = 500

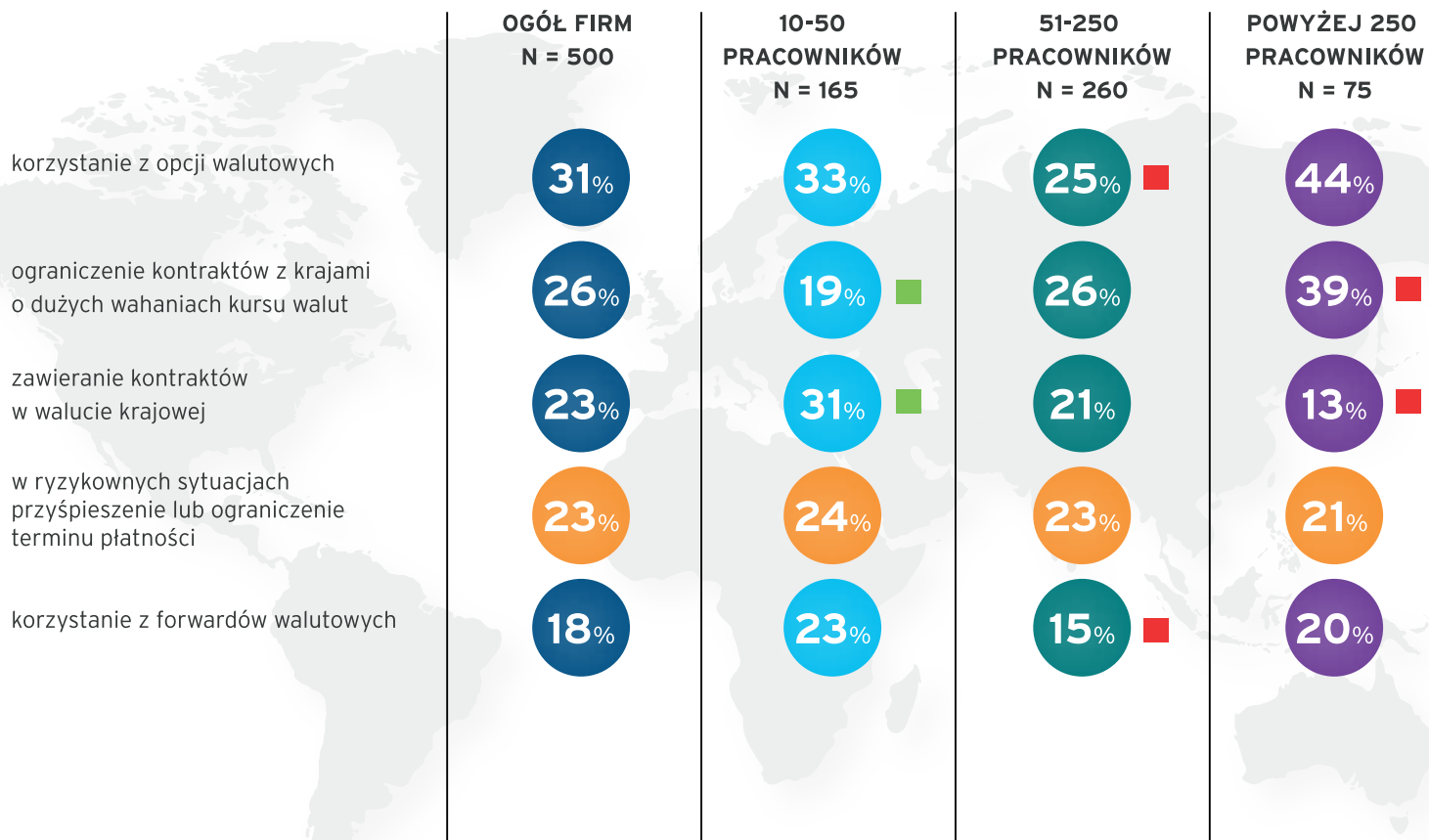
Co ogranicza polskie firmy w rozwoju działalności międzynarodowej?

BARIERY DZIAŁALNOŚCI:



■ ■ różnica istotna statystycznie pomiędzy daną grupą a ogółem

FORMY ZABEZPIECZENIA RYZYKA KURSOWEGO:



■ ■ różnica istotna statystycznie pomiędzy daną grupą a ogółem

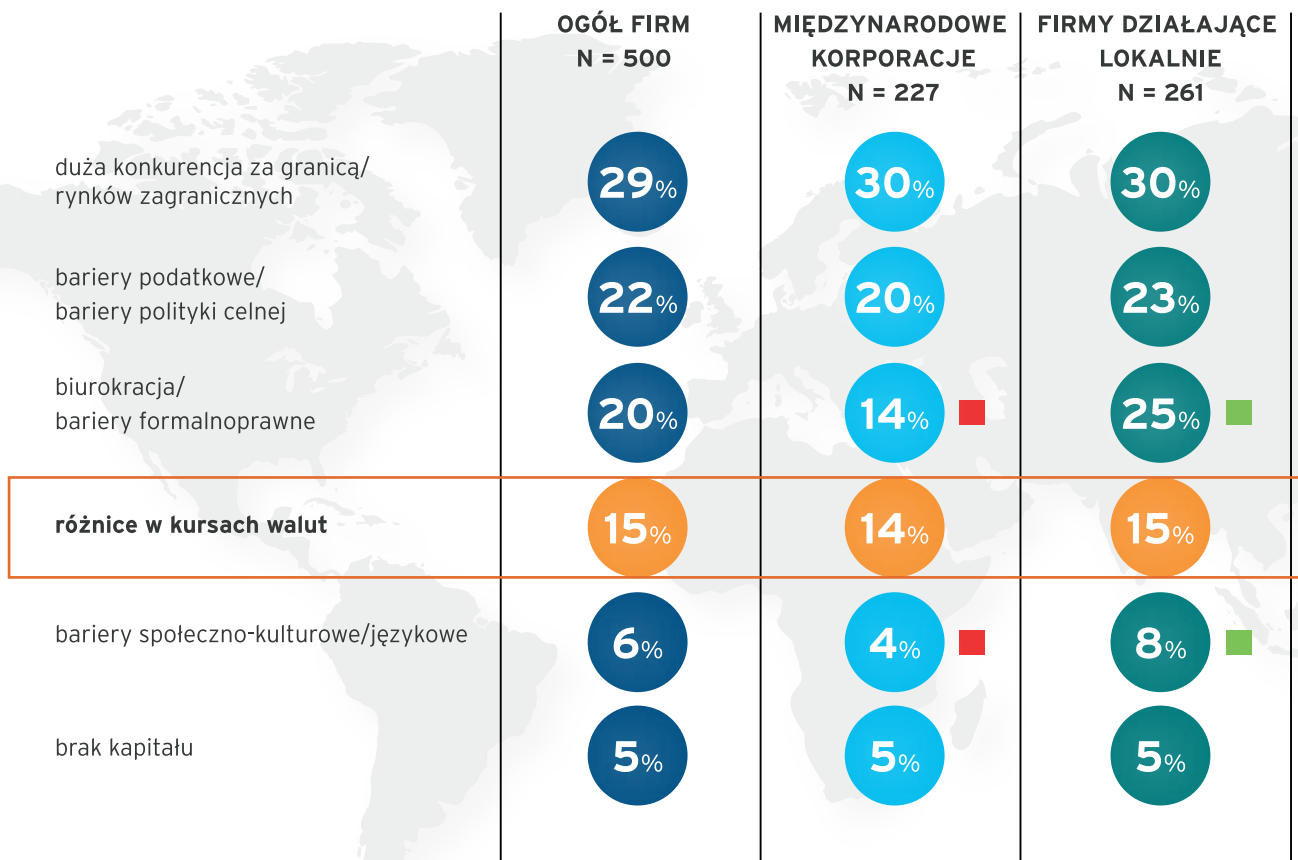
Fundacja Kronenberga

citi handlowy

inspiracja
do działania

Co ogranicza polskie firmy w rozwoju działalności międzynarodowej?

BARIERY DZIAŁALNOŚCI:



■ ■ różnica istotna statystycznie pomiędzy daną grupą a Ogółem

FORMY ZABEZPIECZENIA RYZYKA KURSOWEGO:

korzystanie z opcji walutowych

OGÓŁ FIRM
N = 500

31%

MIĘDZYNARODOWE
KORPORACJE
N = 227

34%

FIRMY DZIAŁAJĄCE
LOKALNIE
N = 261

26%

ograniczenie kontraktów z krajami
o dużych wahanich kursu walut

26%

24%

27%

zawieranie kontraktów
w walucie krajowej

23%

20%

26%

w ryzykownych sytuacjach
przyśpieszanie lub opóźnianie
terminu płatności

23%

18%



27%

korzystanie z forwardów walutowych

18%

18%

17%

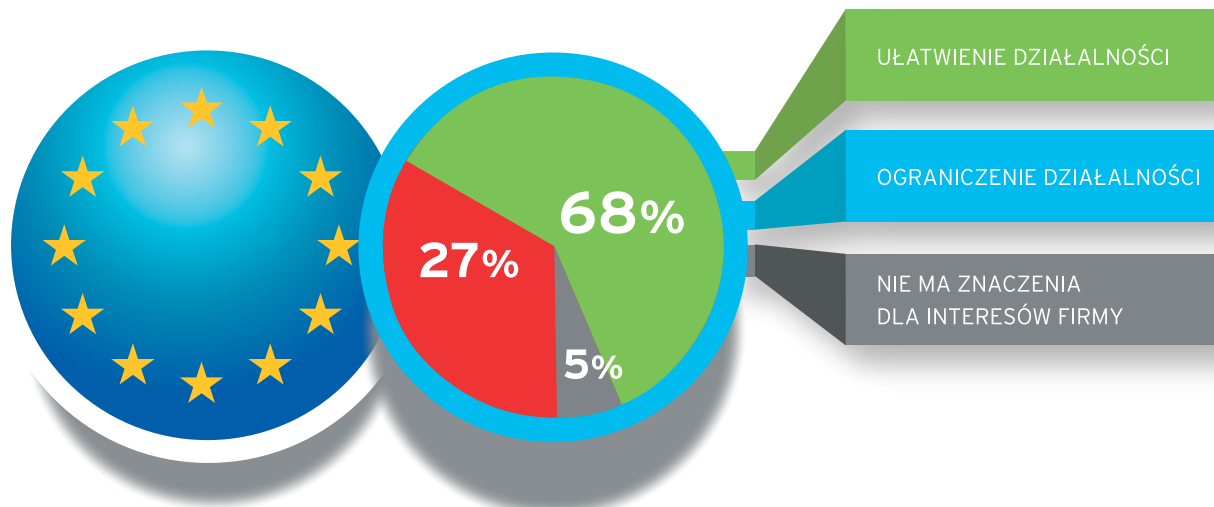
  różnica istotna statystycznie pomiędzy daną grupą a ogółem

Fundacja Kronenberga

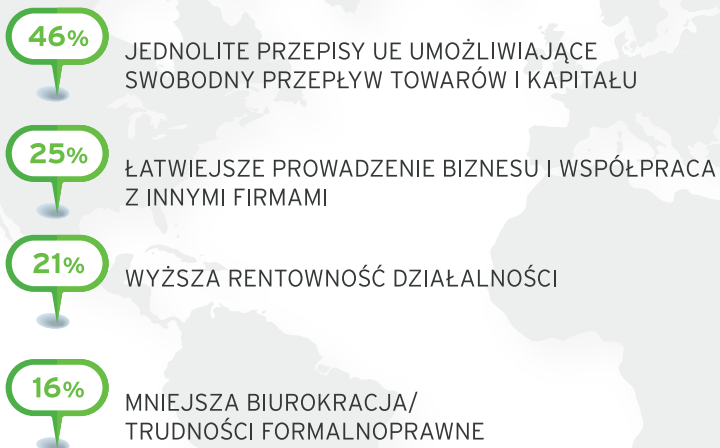
 handlowy

inspiracja
do działania

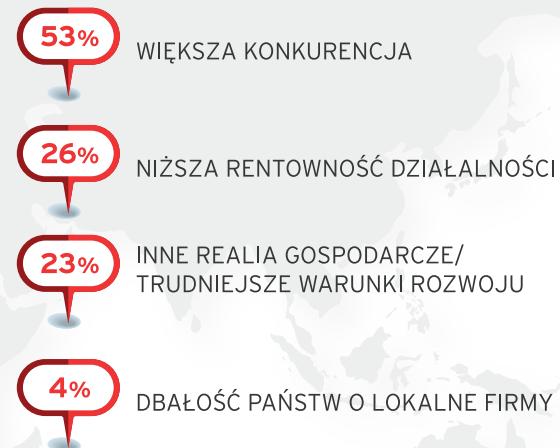
Jak polskie firmy postrzegają jednolity rynek UE?



FIRMY UZNAJĄCE JEDNOLITY RYNEK ZA UŁATWIENIE - POWODY:

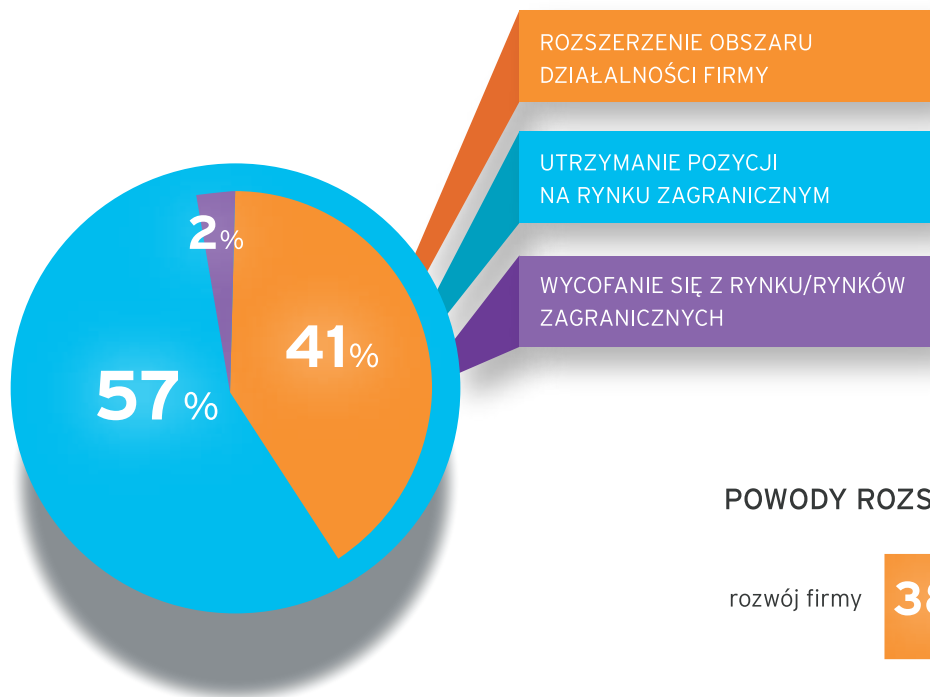


FIRMY UZNAJĄCE JEDNOLITY RYNEK ZA OGRANICZENIE - POWODY:

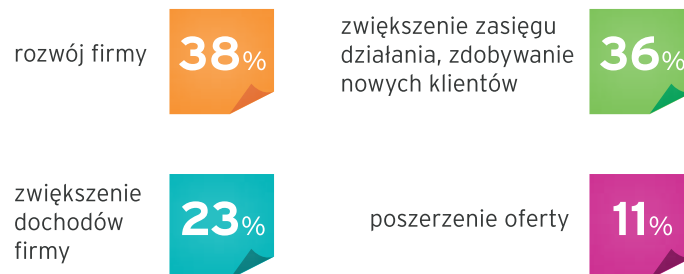


■ ■ różnica istotna statystycznie pomiędzy daną grupą a ogółem

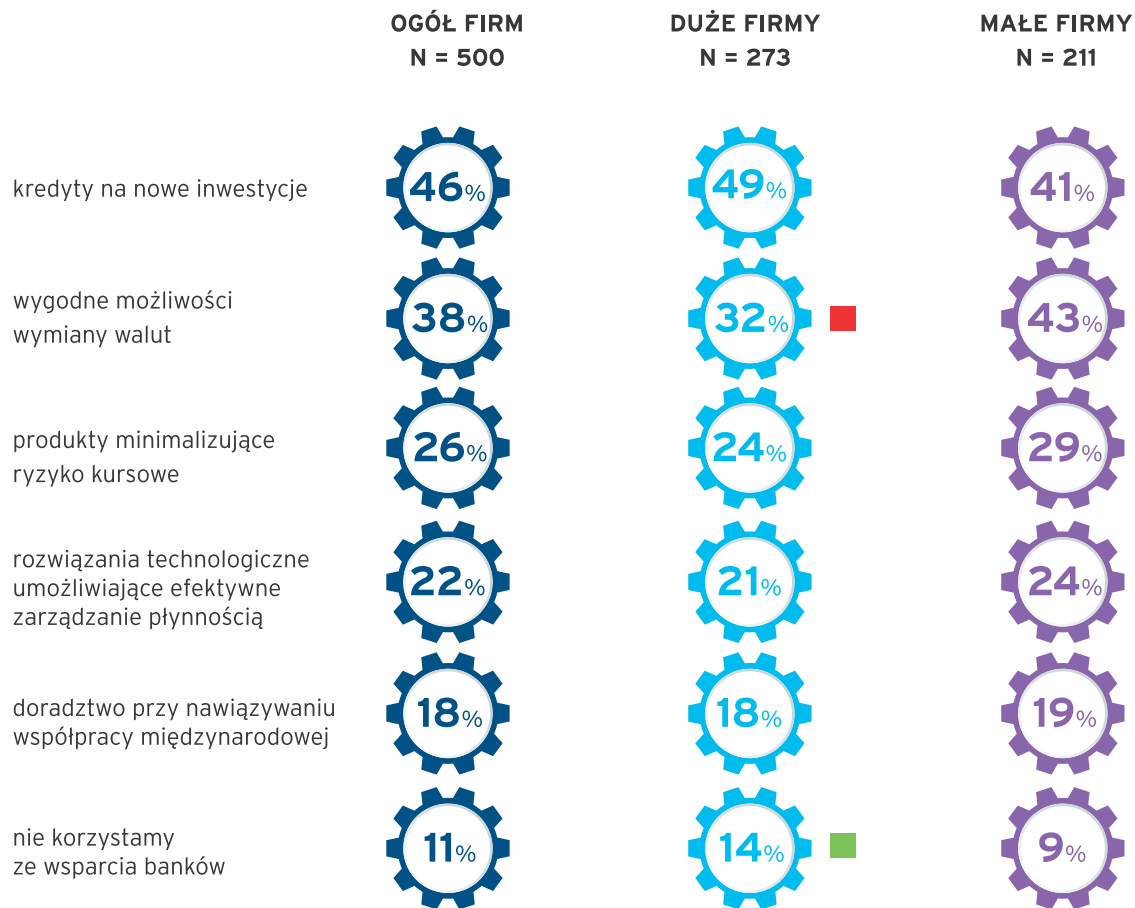
Plany na najbliższe 3 lata



POWODY ROZSZERZENIA DZIAŁALNOŚCI:



Z jakich form wsparcia ze strony banków korzystają firmy?



■ ■ różnica istotna statystycznie pomiędzy daną grupą a ogółem



Nagroda Emerging Market Champions

citi handlowy®

citihandlowy.pl/konkursemergingmarketchampions





Fundacja Kronenberga

citi handlowy

inspiracja
do działania

Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy
ul. R. Traugutta 7/9, 00-067 Warszawa
tel. 22 826 83 24
www.kronenberg.org.pl