

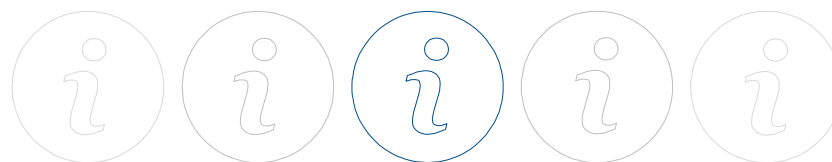
Fundacja Kronenberga

citi handlowy

inspiracja  
do działania

## Jak konkurować na rynkach zagranicznych Konkurs Emerging Market Champions

Cytowanie bez ograniczeń pod warunkiem podania źródła: „Jak konkurować na rynkach zagranicznych”, badanie Fundacji Kronenberga przy Citi Handlowy, Millward Brown, sierpień 2015



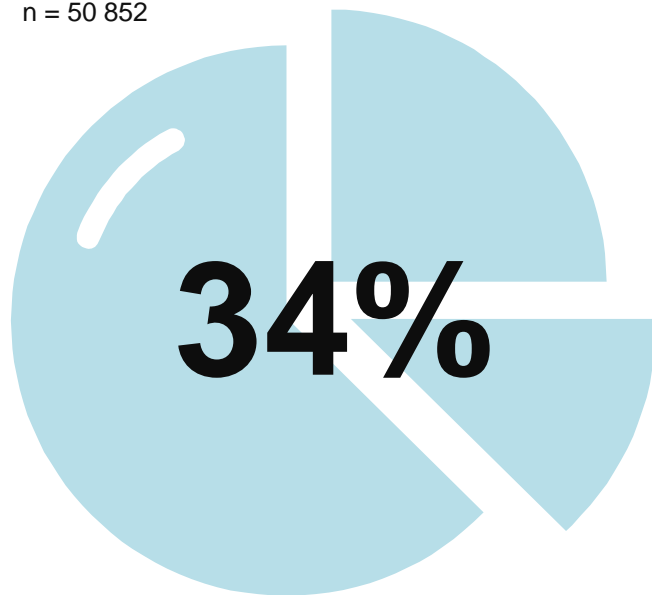
informacje o rynku

# Informacje o rynku: działalność międzynarodowa w Polsce – firmy eksportujące

## Procent firm eksportujących

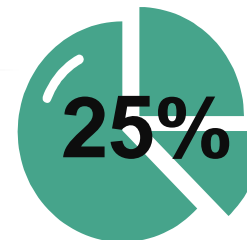
### Wszystkie firmy

n = 50 852



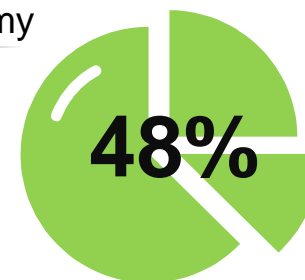
### Małe firmy

n = 33 830



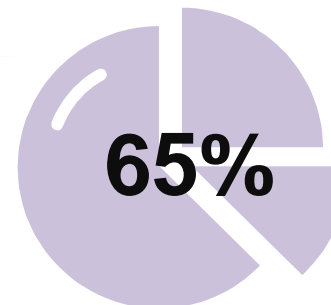
### Średnie firmy

n = 13 905



### Duże firmy

n = 3 117



Źródło: Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2014, GUS.

# Działalność międzynarodowa w Polsce – przychody

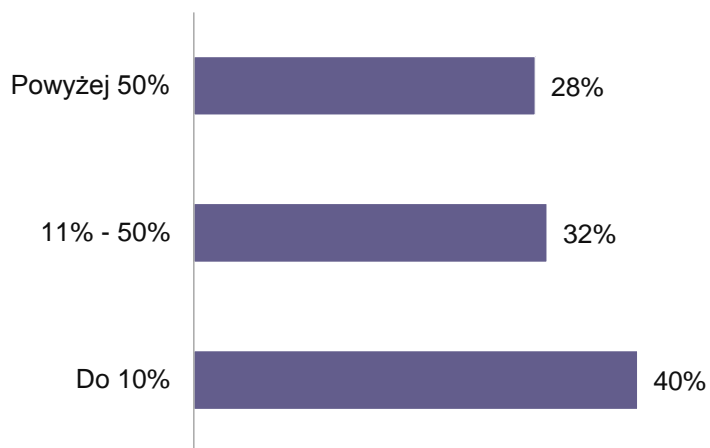
## Przychód z całej działalności

Wszystkie firmy

n = 50 852



## Udział eksportu w przychodach



## Małe firmy

n = 33 830

477 mld zł (2014)  
vs  
451 mld zł (2013)

## Średnie firmy

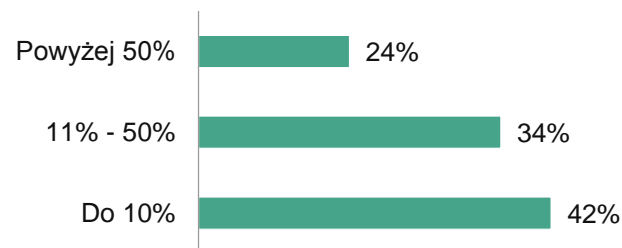
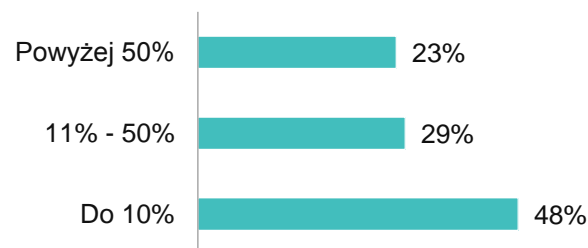
n = 13 905

756 mld zł (2014)  
vs  
734 mld zł (2013)

## Duże firmy

n = 3 117

1687 mld zł (2014)  
vs  
1658 mld zł (2013)



Źródło: Wyniki finansowe podmiotów gospodarczych I-XII 2014, GUS.



tytułem wstępu

# Informacja o badaniu

## CELE BADANIA



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

## PRÓBA



Badanie zrealizowane na próbie losowo-kwotowej objęło  $n = 500$  wywiadów – firmy o obrotach powyżej 8 mln zł. Dodatkowym warunkiem rekrutacyjnym było pochodzenie minimum 10% obrotu firmy z działalności międzynarodowej.

Firmy objęte badaniem wykonują 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



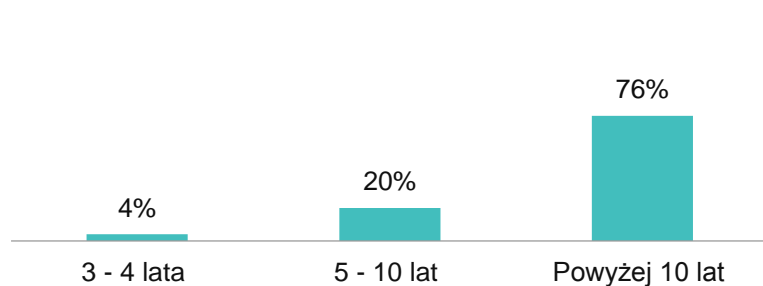
lipiec – sierpień 2015 roku



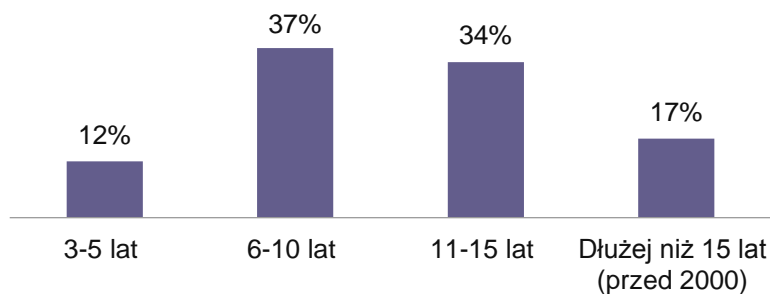
## wyniki badania

# Charakterystyka przedsiębiorstw działających na światowych rynkach

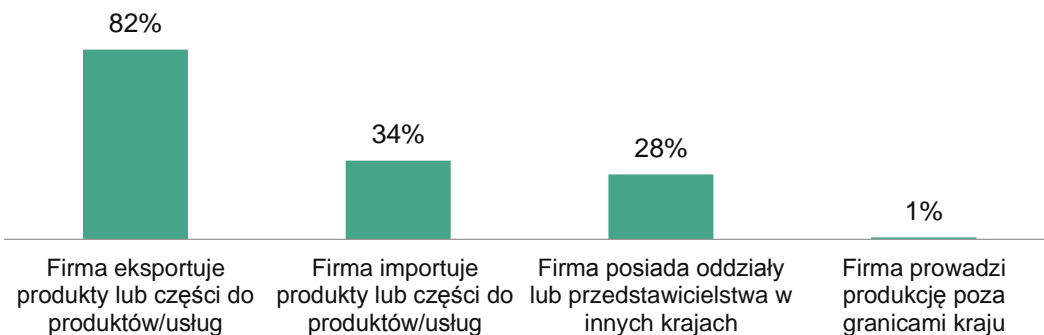
## Czas funkcjonowania na polskim rynku



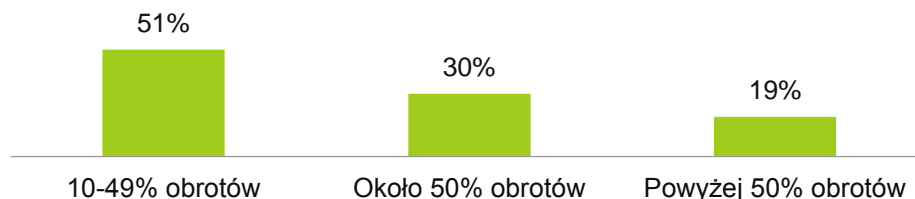
## Długość prowadzenia działalności międzynarodowej



## Charakterystyka działania firmy



## Odsetek obrotu generowany przez działalność międzynarodową

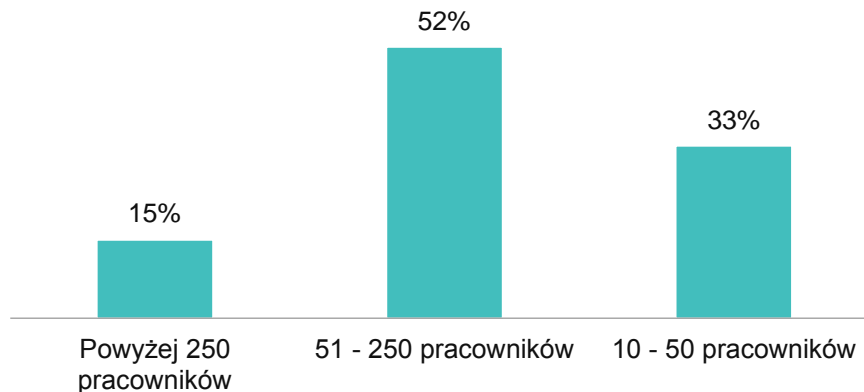


Podstawa: Ogół firm, n = 500

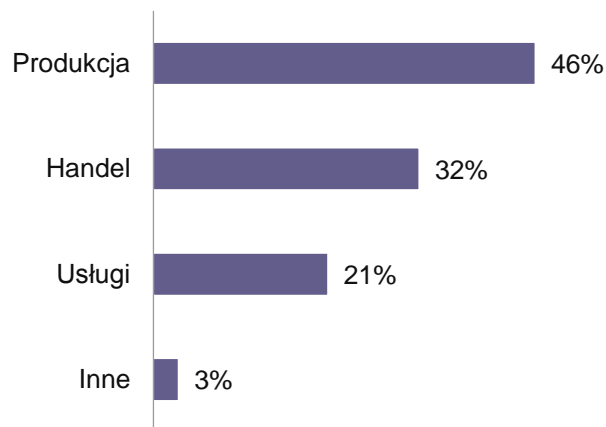


# Charakterystyka przedsiębiorstw działających na światowych rynkach

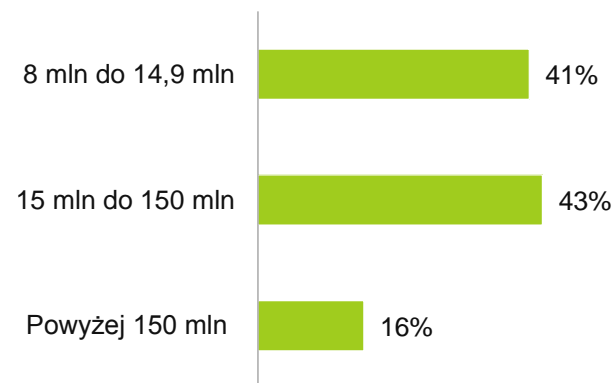
## Wielkość zatrudnienia



## Branża



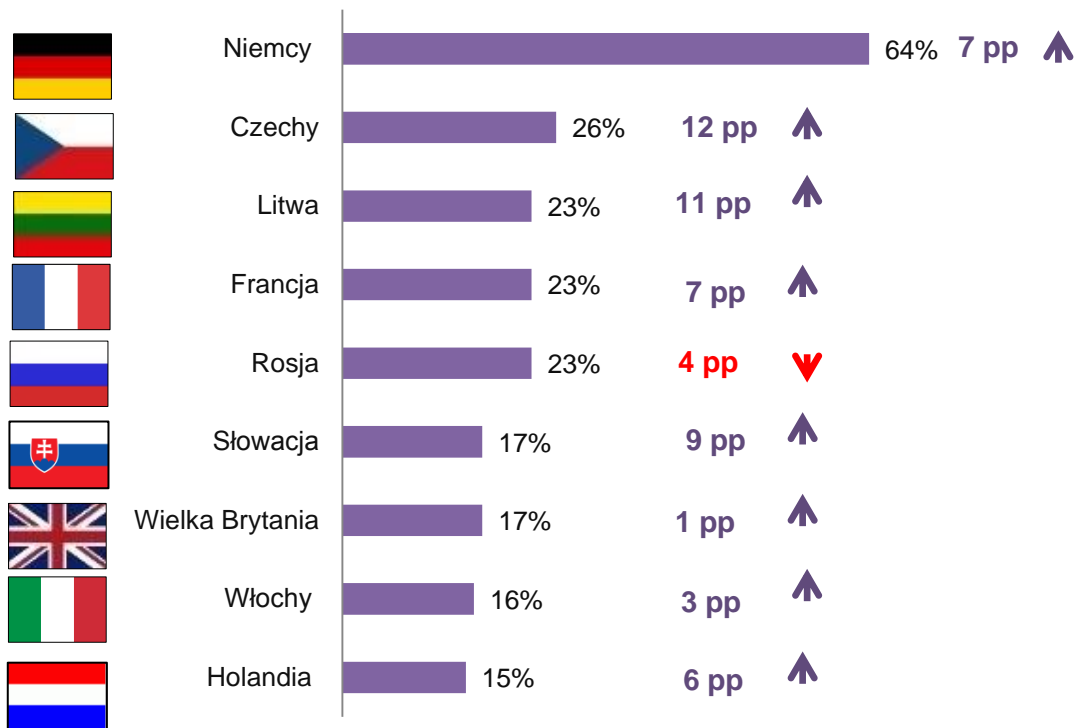
## Obrót firm w ostatnim roku obrachunkowym



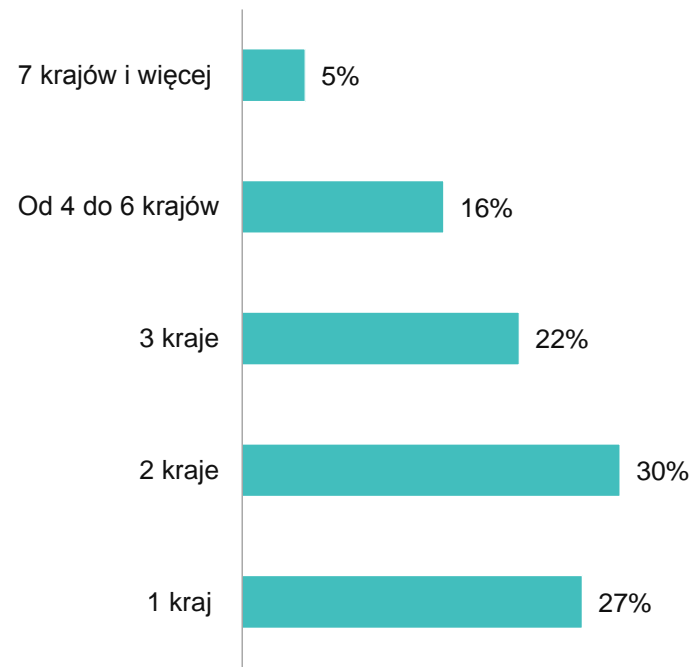
Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Charakterystyka przedsiębiorstw działających na światowych rynkach

Kraje, w których prowadzona jest działalność międzynarodowa:



Liczba krajów, w których firmy prowadzą działalność międzynarodową



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Ocena decyzji wkroczenia na rynki zagraniczne

- Badani przedsiębiorcy są usatysfakcjonowani efektami, jakie niesie za sobą działalność międzynarodowa.
- Większość z nich zamierza kontynuować działalność na zagranicznych rynkach.

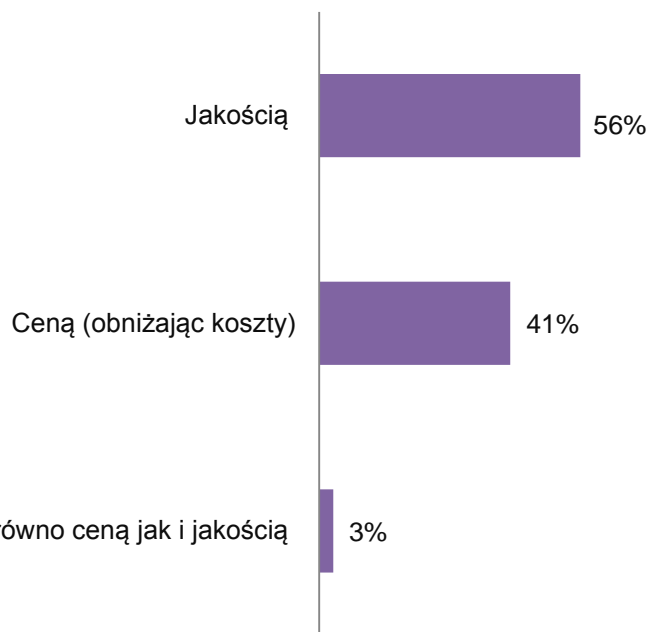


Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Konkurencja na rynkach zagranicznych – czym konkurują polskie firmy?

- Na rynku międzynarodowym polskie firmy konkurują przede wszystkim jakością. Tylko niewielki procent z nich skupia się zarówno na jakości, jak i na cenie sprzedawanych produktów lub świadczonych usług.
- Rodzime przedsiębiorstwa starają się współpracować z podmiotami na lokalnych rynkach, niewiele ponad 20% stosuje strategię wykupywania/przejmowania firm.

## Czym konkurują firmy?



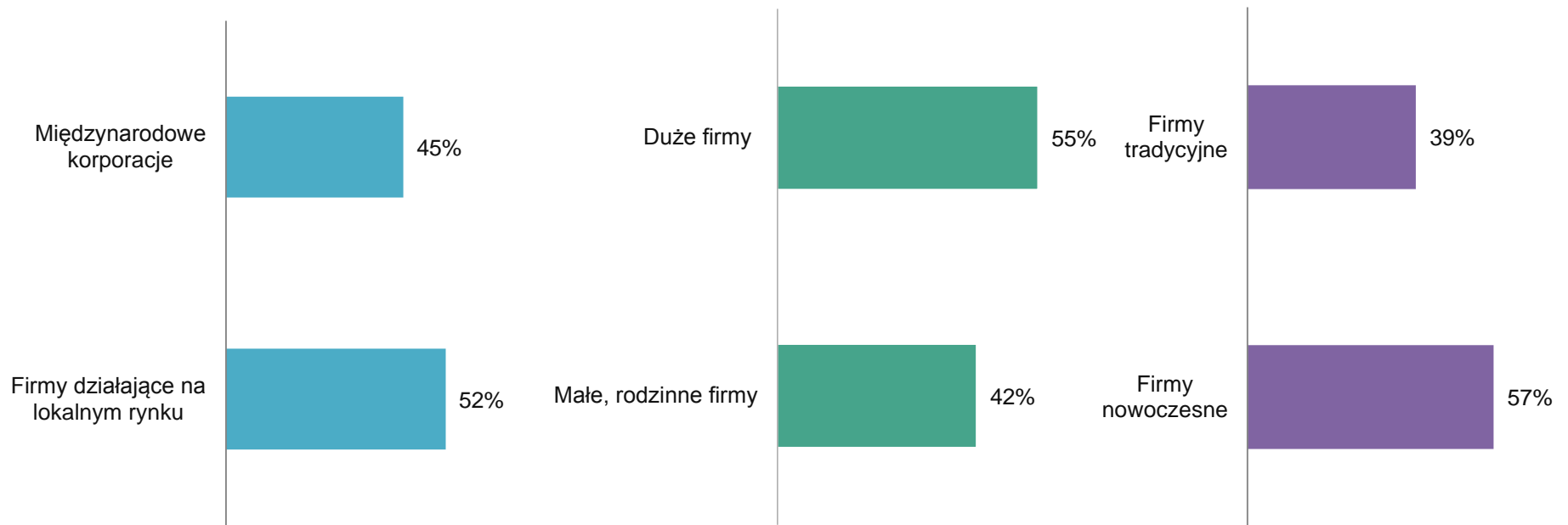
## Pozyskiwanie partnerów: współpraca z podmiotami lokalnego rynku czy przejmowanie firm



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Konkurencja na rynkach zagranicznych – z kim konkurują polskie firmy?

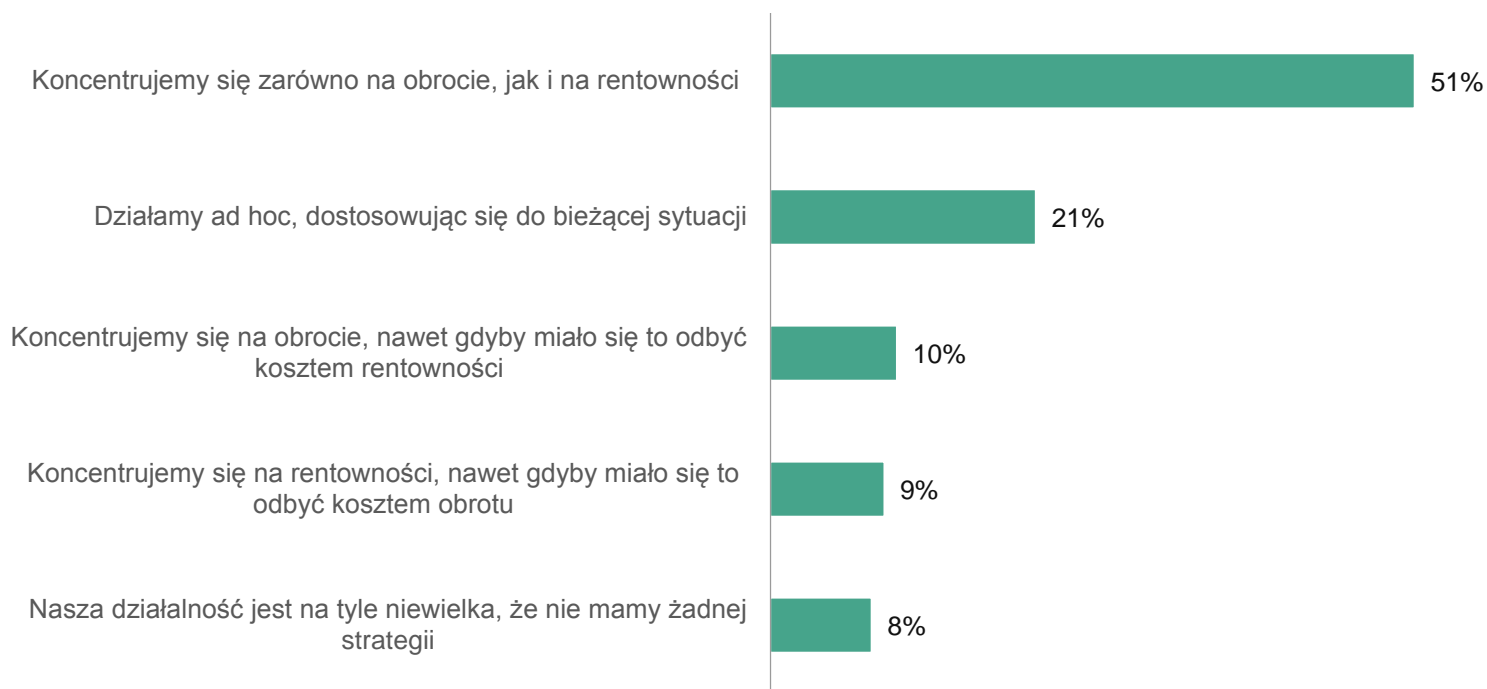
- Głównymi konkurentami przedsiębiorstw działających na rynkach zagranicznych są firmy działające na rynkach lokalnych, charakteryzujące się nowoczesnym podejściem do prowadzonej działalności.
- Firmy zatrudniające od 10 do 50 pracowników częściej rywalizują z małymi konkurentami, działającymi na rynkach lokalnych w tradycyjny sposób.
- Większe przedsiębiorstwa przeważnie konkurują z dużymi, nowoczesnymi korporacjami.



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Konkurencja na rynkach zagranicznych – strategie działania

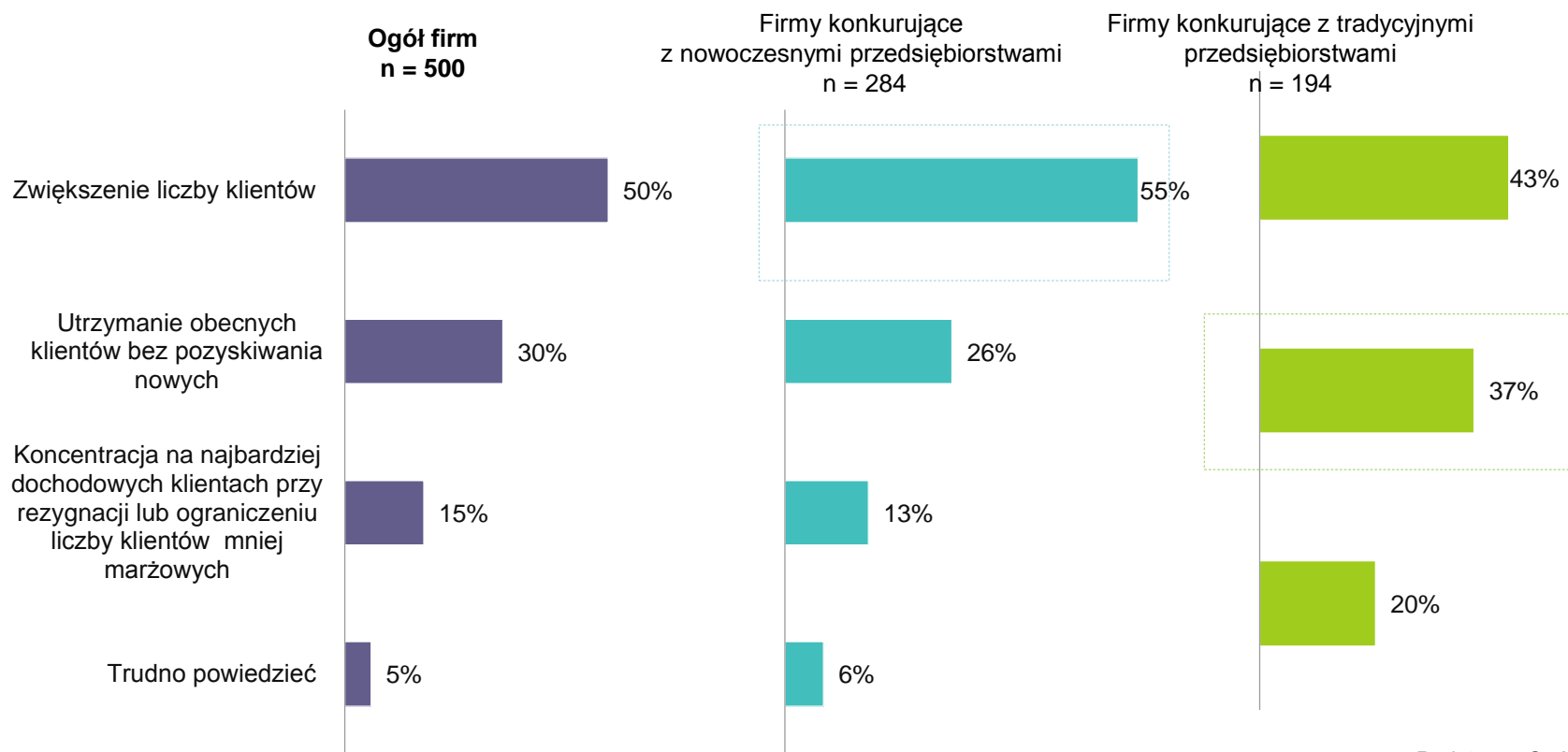
- Podstawową strategią firm działających na rynkach międzynarodowych jest koncentracja zarówno na obrocie, jak i rentowności (częściej względem ogółu stosują ją firmy o niższym obrocie).
- Relatywnie niewielki odsetek przedsiębiorstw deklaruje brak strategii działania na rynkach zagranicznych, tłumacząc ten fakt niedostateczną wielkością firmy.



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Konkurencja na rynkach zagranicznych – firma a klient

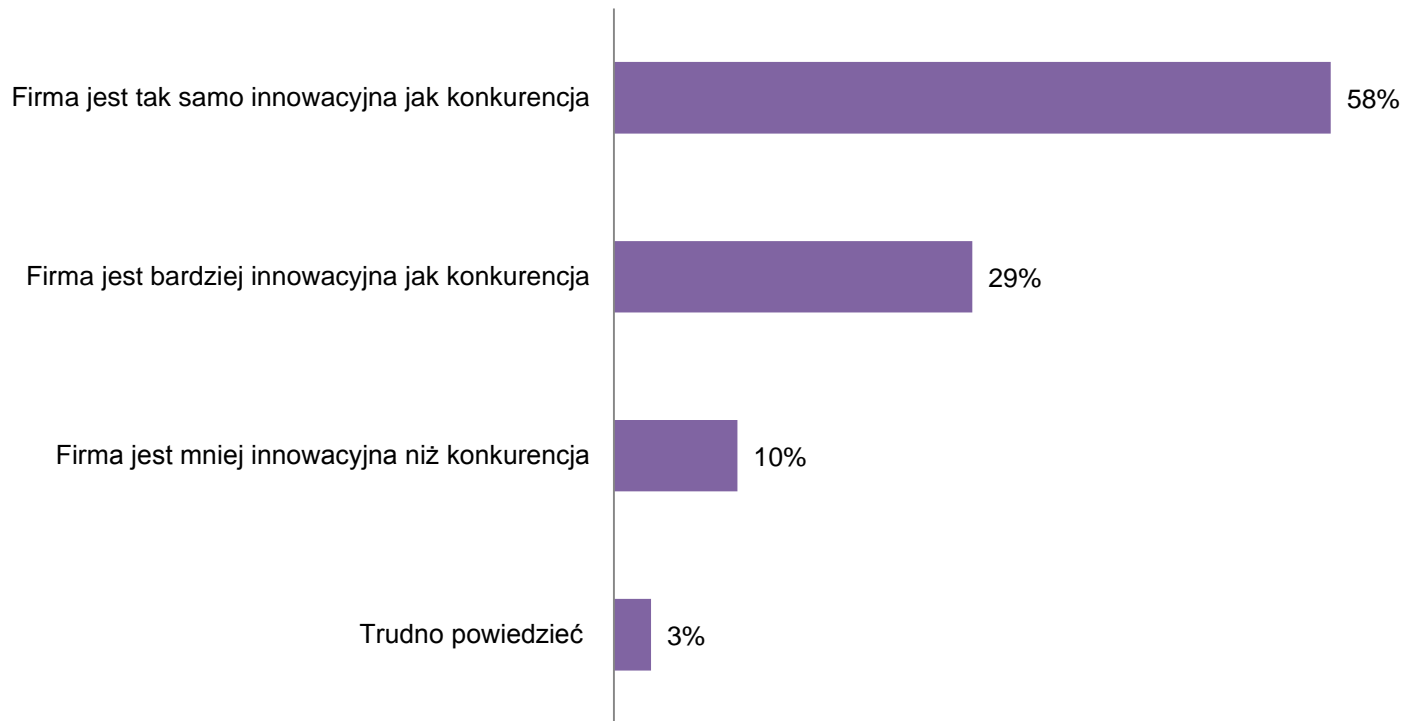
- Główną motywacją działalności na rynkach zagranicznych jest chęć pozyskania nowych klientów.
- Mniej popularna jest postawa nakierowana na zachowanie *status quo*, skoncentrowana na utrzymaniu obecnych klientów wyłączając chęć zwiększenia ich liczby.



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Innowacyjność polskich firm – jak postrzegają siebie na tle konkurencji?

- Polskie firmy w przeważającej większości uważają, że są tak samo lub bardziej innowacyjne niż konkurencja.
- Jedyne co dziesiąta uważa się za mniej innowacyjną.

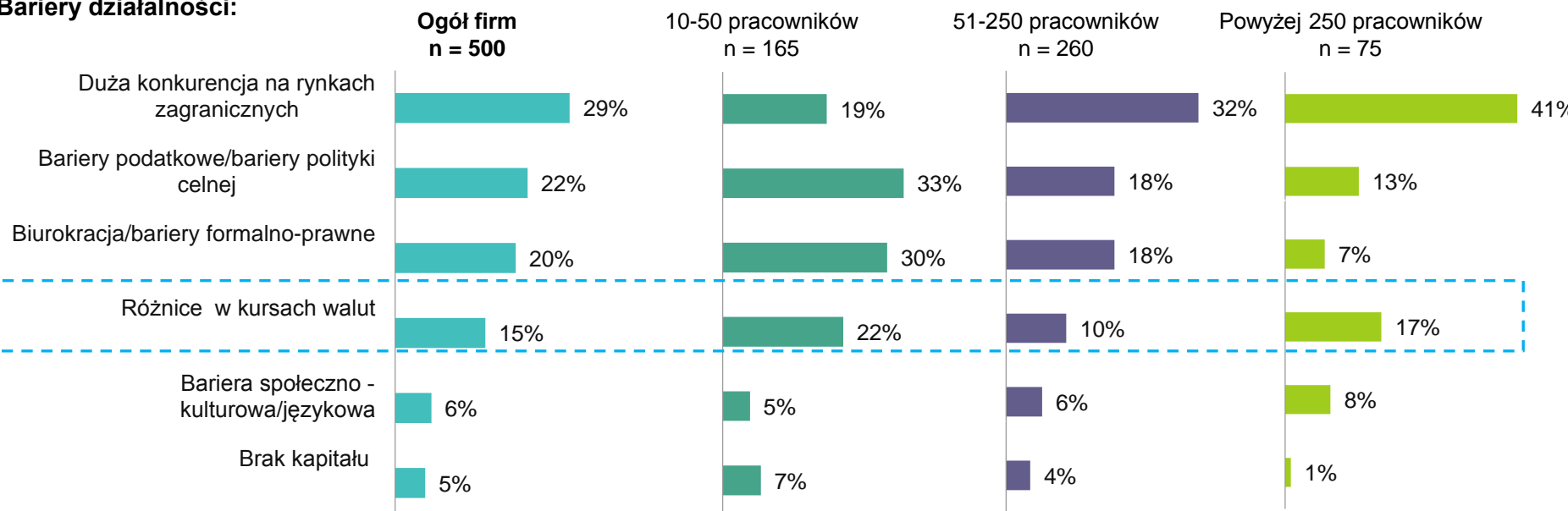


Podstawa: Ogół firm, n = 500

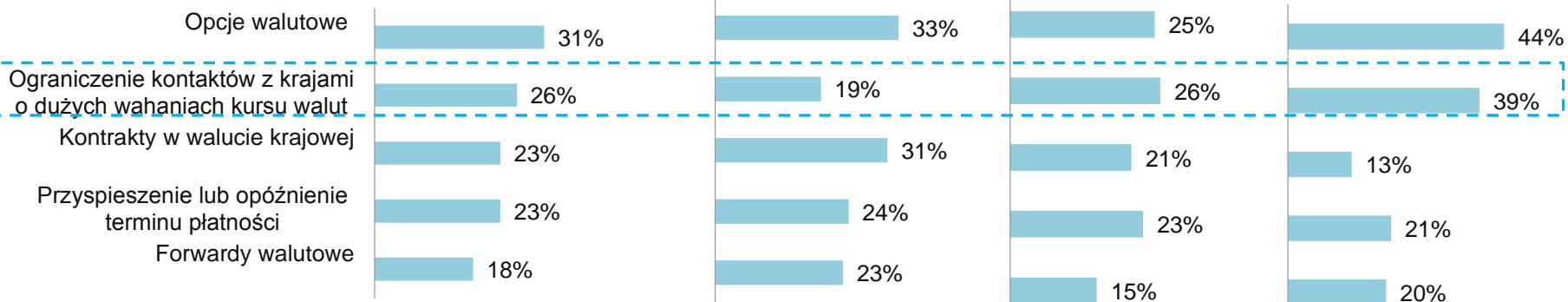


# Co ogranicza w rozwoju działalności międzynarodowej? 1/2

## Barierzy działalności:



## Formy zabezpieczenia ryzyka kursowego:



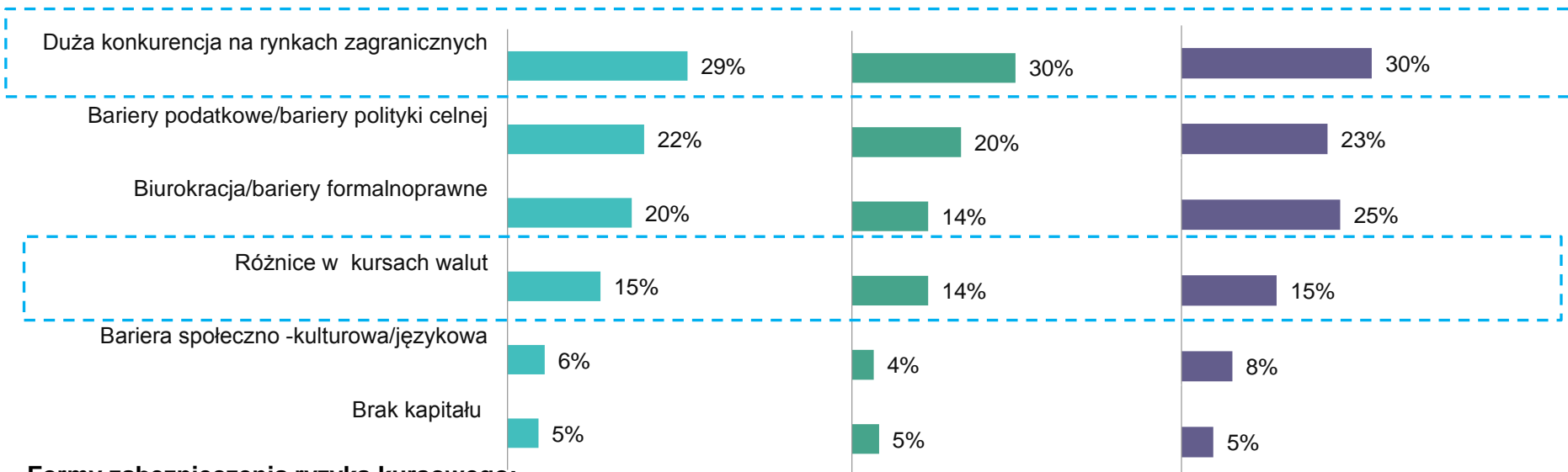
# Co ogranicza w rozwoju działalności międzynarodowej? 2/2

## Bariery działalności:

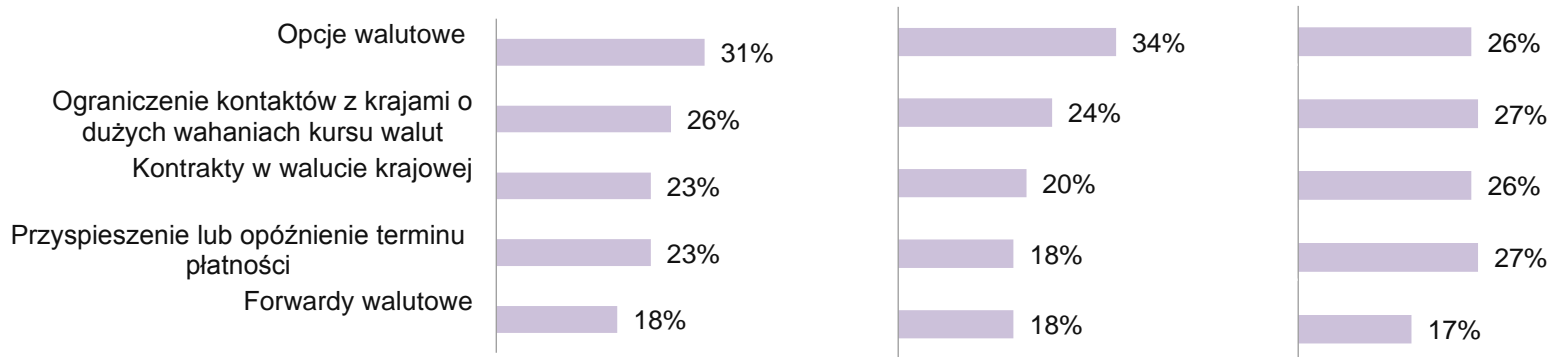
Ogół firm  
n = 500

Międzynarodowe korporacje  
n = 227

Firmy działające lokalnie  
n = 261

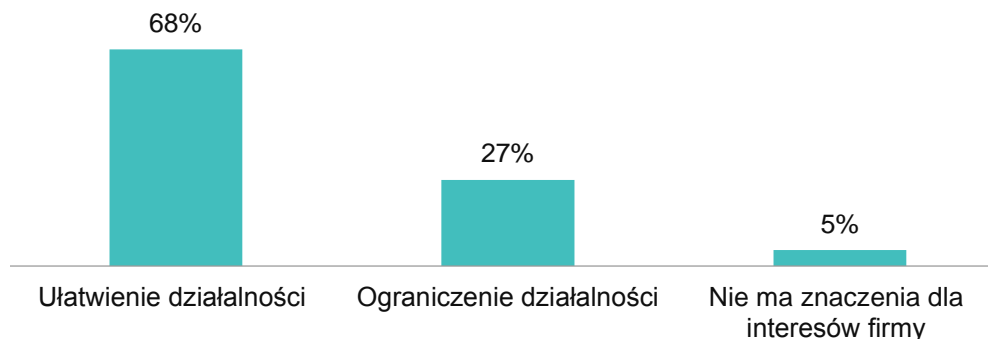


## Formy zabezpieczenia ryzyka kursowego:

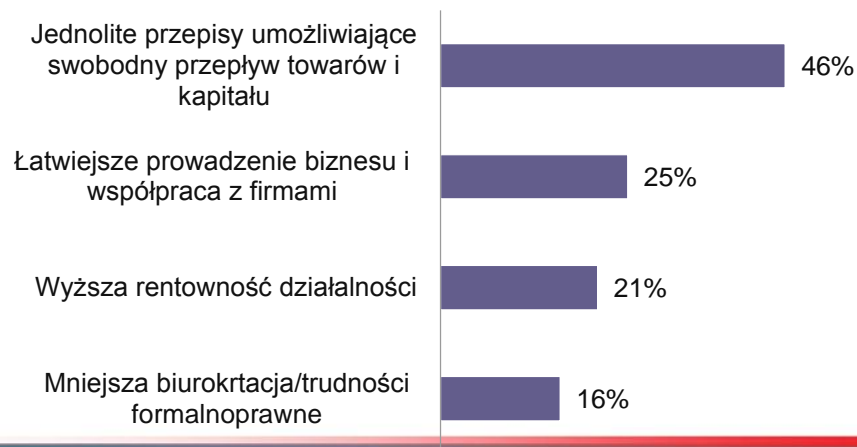


# Szanse i obawy związane z jednolitym rynkiem UE

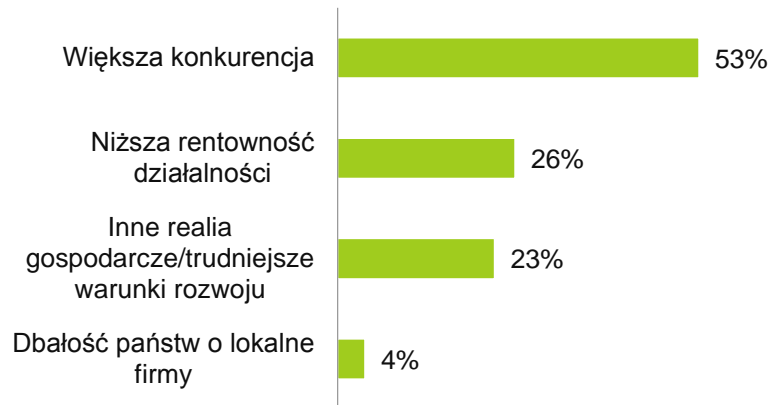
- Większość polskich przedsiębiorców jest zdania, że jednolity rynek w Unii Europejskiej jest ułatwieniem z punktu widzenia firmy ze względu na jednolite przepisy w UE, mniej barier formalnoprawnych oraz brak różnic walutowych.
- Większa konkurencja na rynku europejskim to podstawowy czynnik ograniczający działalność polskich firm.



## Firmy uznające rynek UE za ułatwienie – powody



## Firmy uznające rynek UE za ograniczający – powody



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Plany na najbliższe 3 lata

- Ekspansja zagraniczna dla polskich firm najczęściej kończy się sukcesem. Co więcej – ponad jedna trzecia z nich zamierza w ciągu najbliższej przyszłości zdobywać kolejne rynki.
- Główną motywacją do ekspansji jest chęć dalszego rozwoju biznesu oraz zwiększanie zasięgu działania i zdobywanie nowych klientów.

## Plany



## Powody rozszerzenia działalności



Podstawa: Ogół firm, n = 500

# Dziękujemy

[www.kronenberg.org.pl](http://www.kronenberg.org.pl)  
Fundacja Kronenberga przy Citi Handlowy

Fundacja Kronenberga

**citi** handlowy

inspiracja  
do działania