

INFORMACJA PRASOWA

Warszawa, 9 grudnia 2013 r.

Główne wyzwania ekspansji zagranicznej Polski w 2014 r.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych i Ministerstwo Gospodarki wspólnie opracują plan wspierania ekspansji zagranicznej polskich firm na przyszły rok.

2014 r. będzie kluczowy z punktu widzenia wzrostu potencjału polskiego eksportu i inwestycji polskich firm na rynkach zagranicznych. Trwają konsultacje dotyczące nowego, szczegółowego programu wspierania eksportu polskich firm. Zostanie on opracowany wspólnie przez Ministerstwo Gospodarki i Ministerstwo Spraw Zagranicznych – zapowiedzieli Katarzyna Kacperczyk, podsekretarz stanu w Ministerstwie Spraw Zagranicznych i Dariusz Bogdan, podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki na konferencji „Ekspansja zagraniczna polskich firm w 2014” zorganizowanej 5 grudnia br. przez ośrodek analityczny THINKTANK, Ministerstwo Gospodarki i Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Rok 2013 był wyjątkowy jeśli chodzi o tempo wzrostu polskiego eksportu. Polscy eksporterzy radzą sobie lepiej w czasach kryzysu niż większość firm Unii Europejskiej. Deficyt na rachunku obrotów bieżących w ciągu 12 miesięcy zmniejszył się do 0,9 mld euro z blisko 8 mld euro, i jak szacuje Narodowy Bank Polski po raz pierwszy od połowy lat 90. Polska ma szansę zamknąć 2013 r. nadwyżką.

- To efekt coraz silniejszego wychodzenia polskich firm za granicę, trendu który obserwujemy od kilku lat. Poszukiwanie przez firmy szans na rynku innym niż rodzimy jest m.in. wynikiem dojrzwania organizacyjnego firm, rosnącej jakości polskich produktów w relacji do ich ceny oraz malejących barier ekspansji zagranicznej. Dobre wyniki eksportu są również skumulowanym efektem dyplomacji ekonomicznej i systemowego wsparcia firm przez Ministerstwo Gospodarki. – wyjaśnia Paweł Rabiej, partner zarządzający THINKTANK.

Według danych GUS za pierwsze trzy kwartały 2013, eksportu do krajów Afryki wzrósł o 28%, do krajów rozwijających się o 17,6%, do Ameryki Południowej o 18%, a do Chin o 12%. Do wzrostu tej dynamiki przyczyniły się liczne wizyty zagraniczne w ciągu ostatnich miesięcy oraz działania podejmowane przez Ministerstwo Gospodarki i Ministerstwo Spraw Zagranicznych. Nowe „okna możliwości” otworzyły wizyty Prezydenta RP Bronisława Komorowskiego w USA, Francji, Izraelu, Mongolii i Korei Południowej, a także wizyty Premiera RP Donalda Tuska w Nigerii, RPA i Zambii. Rok 2013 to także duże inicjatywy Ministerstwa Gospodarki i Ministerstwa Spraw Zagranicznych – realizacja projektów „Go China” i „Go Africa” oraz działania na pięciu rynkach perspektywicznych i piętnastu rynkach branżowych, określonych przez Ministerstwo Gospodarki. Wzrostowi eksportu sprzyja również uruchomiona jesienią br. kampania promocyjna „Made in Poland”,

Jak zapowiedzieli podczas konferencji Dariusz Bogdan, podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki oraz Katarzyna Kacperczyk, podsekretarz stanu w Ministerstwie Gospodarki, oba resorty pracują obecnie nad wspólnym planem działań promocyjnych na rynkach strategicznych i perspektywicznych na przyszły

rok. Lista pięciu rynków perspektywicznych (Turcja, Kazachstan, Algieria, Kanada, Brazylia) zostanie rozszerzona o dwa dodatkowe kraje – Zjednoczone Emiraty Arabskie oraz Meksyk.

Konferencja była także okazją do podsumowania działań ośrodka analitycznego THINKTANK w ramach programu „Globalna Firma” oraz przedstawienia wniosków płynących z analizy oczekiwań polskich firm rozwijających ekspansję zagraniczną, dotyczących systemu wsparcia i dobrych praktyk stosowanych przez instytucje zagraniczne wspierające biznes. Przedstawiciele polskich firm prowadzących aktywną działalność zagraniczną jak Atlantic, Ursus, PESA, Nowy Styl Group oraz partnerów programu Globalna Firma (Cisco, HSBC, Google, PwC, DZP i Deloitte) omawiali największe wyzwania i szanse dla polskich firm w kontekście ekspansji zagranicznej, formułując również rekomendacje na przyszłość. Naukowcy z Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu przedstawili zaś wyniki badań aktywności inwestycyjnej polskich firm za granicą opracowane pod kierunkiem prof. Włodzimierza Karaszewskiego.

Z analiz THINKTANK wynika, że zainteresowanie polskich firm ekspansją zagraniczną będzie rosło. Wzrośnie również zainteresowanie rynkami pozaeuropejskimi, w tym Afryką Subsaharyjską, Tajlandią, Indonezją i Wietnamem oraz krajami Zatoki Perskiej. Zwiększy się liczba firm sektora MŚP z dobrymi, niszowymi produktami, które dzięki e-handlowi będą podbijać rynki zagraniczne. W 2014 r. możemy również doświadczać skumulowanych efektów działań promocyjnych podejmowanych przez administrację w ostatnich latach. Może to oznaczać początek „złotego okresu” dla polskiego eksportu.

Organizatorami konferencji byli: ośrodek analityczny THINKTANK, Ministerstwo Gospodarki oraz Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu.

Patronaty honorowe:



Partnerzy główni:



Dodatkowe informacje:

Paweł Rabiej, Partner Zarządzający, THINTANK
prabiej@mttp.pl, tel. +48 602 600 800

Kontakt dla mediów:

Mateusz Barczyk, Koordynator ds. komunikacji, THINTANK
mbarczyk@mttp.pl, tel. 608 885 284

Marta Murawska, Koordynator ds. komunikacji, THINTANK
mmurawska@mttp.pl, tel. 22 628 20 04

THINKTANK jest polskim ośrodkiem analitycznym oraz centrum dialogu o najważniejszych sprawach dla państwa i firm. To sieć wymiany idei i doświadczeń liderów polityki, biznesu i administracji. THINKTANK działa poprzez programy strategiczne i projekty partnerskie. Ma własne media i stuosobową sieć ekspercką. W Radzie Strategicznej THINKTANK są m.in.: laureat Pokojowej Nagrody Nobla **Muhammad Yunus** i wieloletni wiceprzewodniczący Komisji Europejskiej **Günter Verheugen** oraz kilkanaście czołowych postaci polskiego życia publicznego. Celem ośrodka jest inspirowanie debaty publicznej w Polsce i tworzenie dla niej odpowiednich form oraz jednoczesne dostarczanie liderom wiedzy i narzędzi do podejmowania lepszych decyzji. Najlepsze polskie praktyki THINKTANK pokazuje także za granicą.