

Czas na polskie

Odkąd nasz kraj zwrócił się na Zachód, polskie firmy musiały przekonać do siebie nowych klientów i pokonać europejską konkurencję. Dziś nierzadko mają globalne ambicje. I bardzo dobrze, bo sukces w biznesie nigdy nie był tak bardzo uzależniony od innowacyjności i kreatywności,

dr Małgorzata Bonikowska



Polscy przedsiębiorcy od ponad dwóch dekad konsekwentnie robią swoje, mimo nie zawsze sprzyjających warunków. Najpierw dostosowywali jakość produktów i usług do wymogów i standardów Unii Europejskiej, potem musieli mierzyć się z ostrą konkurencją i nauczyć funkcjonowania na wewnętrznym rynku Unii, jednocześnie szukając dla siebie nisz. Parę lat temu wkroczyli w kolejny etap – aspirują do działania w globalnej gospodarce. Umiejdzynarodowienie krajowego biznesu jest także jednym z celów kolejnych ekip rządzących. To połączenie wysiłków firm i aktywności państwa powoli przynosi efekty – produkty *made in Poland* znów są obecne w różnych zakątkach świata, choć jeszcze nie zawsze pod własną marką.

Jak wynika z badań prowadzonych przez PAIiIZ, główne motywy wychodzenia polskich przedsiębiorców na zagraniczne rynki to: dążenie do wzrostu przychodów, chęć ucieczki „do przodu” (od konkurencji), perspektywa wyższych marż ze sprzedaży, chęć pozyskania nowych klientów, a także szukanie sposobów ograniczania ryzyka biznesowego poprzez dywersyfikację partnerów i rynków.

Najbardziej dynamicznie rozwija się eksport, który na przestrzeni ostatnich lat wzrósł o około 55%. Rosną także polskie inwestycje – ich wartość w 2015 r. wyniosła łącznie prawie 2,59 mld euro.

Zagraniczne rynki podbijamy przede wszystkim wyrobami przemysłu odzieżowego, spożywczego, meblarskiego, ciężkiego, IT i budowlanego. Wśród najszerzej sprzedawanych towarów eksportowych znajdują się rowery, autobusy, pociągi, jachty, akcesoria samochodowe, sprzęt medyczny, farmaceutyki, meble, gry komputerowe, kosmetyki, ale także soki, mięso i przetwory mięsne, jaja, słodycze i tytoń. Oferujemy wysokiej jakości usługi w sektorze *virtual data room*, przemysłach kreatywnych, zielonych technologiach i przemyśle wydobywczym.