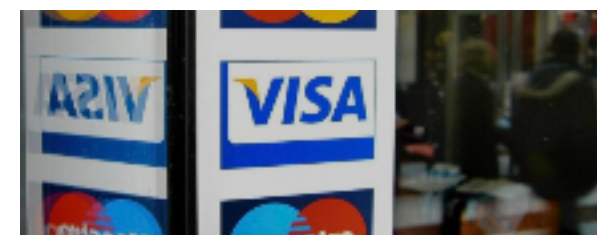
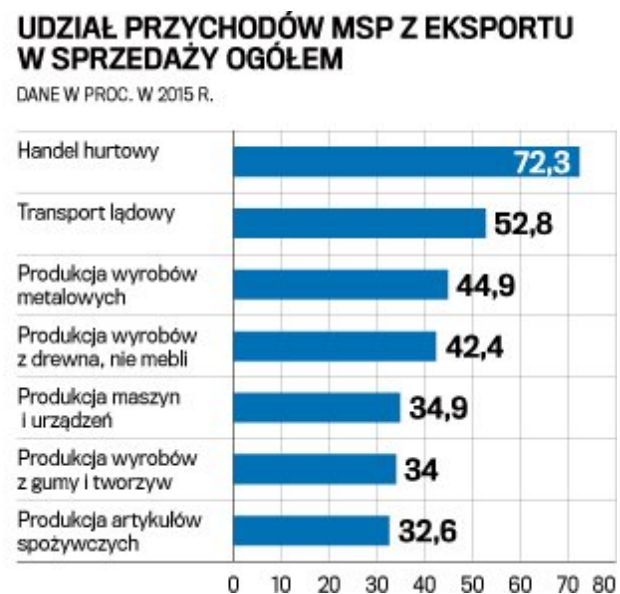
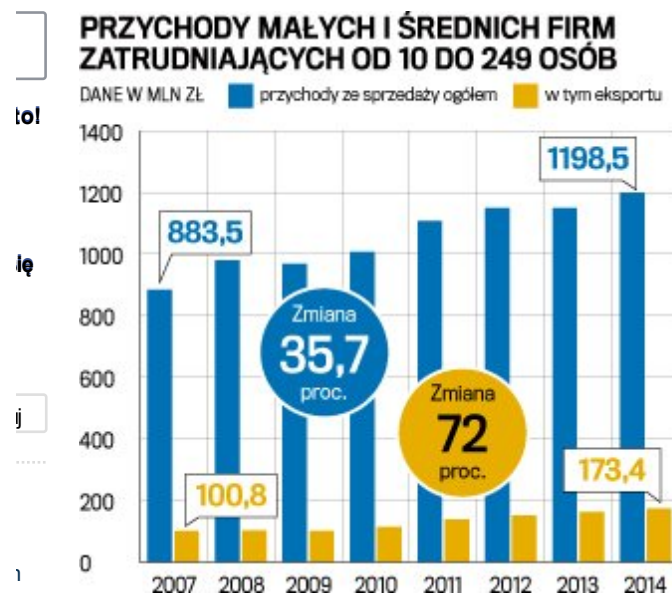


Zagranica przyciąga mniejsze firmy. Ranking "Polska Firma Przyszłości"

Patrycja Maciejewicz 14.06.2016 01:00

Polecamy

AA A



Jak obchodzić się z pieniędzmi podczas zagranicznych wojaży?



Wyborcza.pl

Prenumerata cyfrowa Wyborczej / Teraz prenumerata z audiobookiem już od 19,90 zł Kup teraz [Zaloguj się](#)

Nie tylko wielcy zarabiają za granicą. Wyższa marża, większy rynek, ucieczka przed zatorami - to główne motywacje małych i średnich przedsiębiorców prowadzące ich do eksportu.

Artykuł otwarty w ramach bezpłatnego limitu prenumeraty cyfrowej

Katarzynę Pydych, przedsiębiorczyni i szefowej instytutu Keralla Research, który robi badania rynkowe na zlecenie firm, niewiele jest już w stanie zadziwić, jeśli chodzi o wszędobylskość małych i średnich firm z Polski. - Znam przykład firmy, która eksportuje herbatę do Azji! Ani to nasz flagowy produkt, ani Azja nie jest typowym importerem herbaty - opowiada.

Takich przykładów jest coraz więcej. Choć jeszcze kilkanaście lat temu, jeśli firma próbowała swoich szans gdzieś poza Polską, była pionierem, i to bardzo odważnym.

- Kiedyś myśleliśmy, że nasze produkty są słabe, Zachód to przecież synonim jakości, a koszty wychylenia nosa poza Polskę są zaporowe - mówi Katarzyna Pydych. - Dziś patrzymy bez kompleksów, niezależnie, czy są to firmy prywatne, handlowe czy produkcyjne. Mówię "patrzymy", bo i nasza firma, zatrudniająca mniej niż dziewięć osób, robi zlecenia dla firm zagranicznych. Eksportujemy nasze usługi - dodaje.

Eksportują cztery na dziesięć firm z sektora MSP

Jednymi z badań realizowanych przez Keralla Research są ankiety przeprowadzane wśród przedstawicieli małych i średnich firm. Oprócz pytań o kondycję firmy i zapatrywania na przyszłość w badaniu pada też pytanie o aktywność eksportową. W II



Zatrzymania obywatelskie kierowców Ubera. Taksówkarze donoszą na nich na policję

To bardzo dużo. Z danych Głównego Urzędu Statystycznego wynika, że małych i średnich eksporterów jest 15 tysięcy. Dane te jednak nie uwzględniają mikrofirm (zatrudniających poniżej dziesięciu osób).

- Trzeba przy tym pamiętać, że nie wszyscy, którzy zajmują się eksportowaniem, robią to cały czas na niezmiennym poziomie. Część firm się wycofuje - mówi Pydych.

Zdaniem Bartosza Urbaniaka, członka zarządu BGŻ BNP Paribas, polskie firmy są jednak ciągle zachowawcze w wychodzeniu za granicę, różnią się pod tym względem od firm zachodnich. - Często ludzie odważni i rzutcy na poziomie krajowym nie boją się dokonać fundamentalnej zmiany w technologii czy profilu produkcji. Na przykład - ktoś produkował gumowce, a teraz zaczyna produkcję pudełek plastikowych. Dla Niemca czy Holendra byłaby to zmiana zasadnicza, nad którą zastanawiałby się kilka lat. A u nas? Polak dokonuje takich zmian odważnie, w ciągu kilku miesięcy, wykorzystując przy tym różne możliwości, bo zdolność wyszukiwania pomocy jest u nas oszałamiająca - mówił niedawno w wywiadzie dla "Wyborczej" Urbaniak. - Ale sprzedać produkt za granicę? Niemiec z małej firmy nie widzi różnicy w sprzedawaniu w Niemczech, Holandii czy we Włoszech. My mamy jakąś barierę mentalną, choć ona z roku na rok maleje.

Szukanie niszy w rynku

Polska ma duży rynek wewnętrzny, więc przez długi czas ogromna większość firm nie miała powodu, by szukać odbiorców na zewnątrz. Działanie na rynku krajowym jest łatwiejsze ze względu na znajomość języka, przepisów i zwyczajów.

Wyborcza.pl**Prenumerata cyfrowa Wyborczej / Teraz prenumerata z audiobookiem już od 19,90 zł** **Kup teraz** [Zaloguj się](#)

produkt, który nie tylko sprzeczą, jest tak mizerny, że bazowanie tylko na wewnętrznych odbiorcy jest niewystarczające. Inne - szukają wyższych marż, które można uzyskać na rynkach zagranicznych - mówi Ilona Kucharska--Poczekwa, dyrektor departamentu finansowania handlu w BGŻ BNP Paribas.

Polskie firmy coraz częściej oferują produkty wąskiej specjalności, na przykład urządzenia optyczne czy instrumenty medyczne. Dla przeciętnego Polaka mogą być nawet całkowicie nieznane, ale w swojej niszy są znaczącymi graczami.

Zdaniem Kucharskiej-Poczekwy, oprócz wszelkich nisz, świat będzie obiecującym odbiorcą produktów firm z branży spożywczej. - Biorąc pod uwagę coraz większe nasycenie rynku krajowego oraz prognozowany spadek wolumenu spożycia dużej części kategorii żywnościowych, dla branży rolno-spożywczej dużą szansą rozwoju jest eksport. Konsumpcja żywności w krajach rozwijających się (w Afryce czy Azji) wzrośnie - wyjaśnia.

Eksport się opłaca

Eksporterzy to ekstraklasa naszych przedsiębiorstw. Ich wyniki finansowe są od dawna lepsze niż ogółu firm. To uniwersalna zasada, która obowiązuje od lat, obojętnie, czy w gospodarce jest dołek czy górka. Jeśli ktoś jest eksporterem, to większe prawdopodobieństwo, że wyjdzie przynajmniej na zero. Można się zastanawiać, czy tylko najlepszych stać na wyjście poza Polskę, czy też to wyjście owocuje lepszymi osiągnięciami biznesowymi.

Dane Głównego Urzędu Statystycznego mówią jednak same za siebie. Wynika z nich, że w Polsce w latach 2007-14 przychody ze sprzedaży w firmach zatrudniających od

Wyborcza.pl**Prenumerata cyfrowa Wyborczej / Teraz prenumerata z audiobookiem już od 19,90 zł** **Kup teraz** [Zaloguj się](#)

sprzedazy na ekspozycji wstou mlaych i srednich firm wzrosly aż o 12 proc.

Ale sprzedaż do innych krajów trzeba najpierw dokładnie przemyśleć i zaplanować. -
Bardzo ważnym czynnikiem jest odpowiednie przygotowanie się do ekspansji
zagranicznej, obejmujące analizę rynku, konkurencji, otoczenia prawnego. Kluczowy
jest również wybór odpowiedniego partnera finansowego, który taką ekspansję
będzie skutecznie wspierał - mówi Ilona Kucharska-Poczekwa.

"Polska firma przyszłości"

Od ponad dwóch miesięcy prowadzimy akcję "Polska firma przyszłości". Pokazujemy
polski biznes, jego mocne i słabe strony. Przedstawiamy ludzi - liderów mikro-,
małego i średniego biznesu. W rankingu "Polska firma przyszłości" kapituła konkursu
wyłoniła po kilka najlepszych mikrofirm oraz z sektora MSP w kategoriach lider
produkcji oraz lider usług. Gala finałowa, na której poznamy regionalnych i
ogólnopolskich zwycięzców, odbędzie się 23 czerwca. Lista finalistów oraz więcej
informacji o akcji: www.wyborcza.biz/polskafirmaprzyszlosci

Artykuł otwarty w ramach bezpłatnego limitu prenumeraty cyfrowej**Do każdej prenumeraty cyfrowej dołączamy teraz audiobook od
Audioteki**

Wyborcza.pl

Prenumerata cyfrowa Wyborczej / Teraz prenumerata z audiobookiem już od 19,90 zł **Kup teraz** [Zaloguj się](#)

Dzięki prenumeracie cyfrowej zyskasz pełen dostęp do wszystkich tekstów Wyborczej.

Kup teraz

[Zaloguj się](#) / [Informacje](#) / [Kontakt](#)

Skomentuj

Podziel się

Zobacz także

SZYBKO ROZWIJAJĄCE SIĘ FIRMY, TZW. JEDNOROŻCE

SKOŃCZONA WARTOŚĆ PRZEBIEGU	WIEK	WIEK
8,5	Luksemburg	Usługi telekomunikacyjne
8,4	Szwajcaria	Stroniny i usługi
7,2	Niemcy	Handel internetowy
6,6	Hiszpania	Wycieczki i usługi
6	Hiszpania	Handel internetowy
6	Wielka Brytania	Usługi finansowe
5,3	Szwajcaria	Gry komputerowe

Źródło: Statista.pl, dane własne, dane o firmach z listy 1000 OF BILANOWYCH DZIAŁALNOŚCI



Młodzi przestają uciekać. Polska Firma Przyszłości



Co ma reklama do szparagów? Wybieramy Polską Firmę Przyszłości



Polska Firma Przyszłości. Przedsiębiorca o 500+

Skomentuj:

Wyborcza.pl

Prenumerata cyfrowa Wyborczej / Teraz prenumerata z audiobookiem już od 19,90 zł [Kup teraz](#) [Zaloguj się](#)

Zaloguj się

Skomentuj

Wyborcza.pl poleca



Królowa Wiktorja i kaleki kajzer. Pod opieką matki przyszły cesarz nauczył się gardzić słabością



Za Wołyń. W Przemyślu nie ma już lepszego powodu do bicia człowieka niż to, że jest Ukraińcem



Nie wykrwawił się na śmierć przywiązany do drzewa przez innych gangsterów. Czy dlatego nazywali go farciarzem?



Andrzej Rzepliński: W każdym więzieniu czułbym się dobrze [ROZMOWA]

Z ostatniej chwili

07:30
PO na komisji ds. Amber Gold: To PiS nie chciał nadzoru KNF nad parabankami

07:20
Brytania - cała wstecz

07:00
Koniec caracali. Zabrakło kasy?

06:00
Ostrzejsze kontrole aut, przegląd płatny z góry

01:00
GPW najgorsza na świecie

[w więcej informacji](#)

Wyborcza.pl

Prenumerata cyfrowa Wyborczej / Teraz prenumerata z audiobookiem już od 19,90 zł **Kup teraz** [Zaloguj się](#)

▼ **TEMATY** ▼

Na skróty: [Gazeta.pl](#) [Wiadomości](#) [Sport.pl](#) [Biznes](#) [Gazeta Wyborcza](#) [Praca](#) [Program TV](#)

Polecamy: [Biznes](#) [Giełda](#) [Technologie](#) [Waluty](#) [Pity](#) [Finanse osobiste](#) [Encyklopedia](#) [Najnowsze](#)

[Poczta](#)

[Newsletter](#)

[Facebook](#)

[RSS](#)

Copyright © Agora SA [O nas](#) [Reklama w Gazecie Wyborczej](#) [Prywatność](#) [Wszystkie artykuły](#) [Licencje/Kontent](#) [Dostawca VOD](#) [Kontakt](#) [Zgłoś błąd](#)

[Pomoc](#)