

KOMUNIKAT PRASOWY

Globalne badanie firm Allianz Trade

Polscy eksporterzy w globalnym badaniu: ich strategie przetrwania i wyjścia z obecnego kryzysu – zarazem odniesienia sukcesu w przyszłości

5 CZERWCA 2024 r.
WARSZAWA

Większość ankietowanych polskich firm spodziewa się zwiększenia w 2024 roku swoich przychodów eksportowych, ale... i tak na tle innych krajów polskie firmy są najostrożniejsze w swoich oczekiwaniach. I mają ku temu powody, ale także oryginalne strategie radzenia sobie z problemami.

Polskie firmy na tle tych z innych, wysokorozwiniętych krajów: trochę rzadziej wierzą we wzrost cen swoich produktów, częściej też obawiają się stagnacji a nawet spadku swoich obrotów (27% ankietowanych z Polski). Nie bez przyczyny – wysokim kosztem rynkowym towarzyszą też wysokie koszty finansowania sprzedaży: **polskie firmy notują obecnie zdecydowanie najdłuższe terminy spływu należności a ponadto bardzo duża ich część obawia się wzrostu skali opóźnień płatności w ciągu kolejnych 12 miesięcy.** Stąd „zachowawczo” podchodzą obecnie do ekspansji: w największym stopniu stawiają na rozwijanie działalności na już dotychczas zdobytych rynkach, z powodu wysokich kosztów w kraju najrzadziej stawiają na przeniesienie do niego większej części swojego łańcucha dostaw oraz na „dekarbonizację” swojej działalności. Jeśli już inwestują, to w to co sprawdzało się przez ostatnie dwie dekady obecności w UE: nowoczesność, czyli wykorzystanie AI w stopniu porównywalnym z mistrzami w tym względzie – Chińczykami.

Czy rok 2024 może przynieść firmom trochę światła na końcu tunelu – Allianz Trade przeprowadził ankietę wśród ponad 3000 eksporterów z Chin, Francji, Niemiec, Włoch, Polski (ponad 400 firm), Hiszpanii, Wielkiej Brytanii i USA¹ w ramach trzeciej edycji Globalnego Badania – dostępny jest także pełny raport z [globalnego badania eksporterów](#).

- **Polskie firmy wierzą w siłę cenową swoich produktów – wzrost ich cen (79% ankietowanych), ale...** poza Chinami borykającymi się z nasilającą się wojną handlową z Zachodem (74% ankietowanych chińskich firm wierzy we wzrost cen) w Europie mniej optymistyczni co do wzrostu cen swoich eksportowych produktów są tylko przedsiębiorcy z Włoch (78% ankietowanych) – w pozostałych krajach objętych badaniem ponad 80% firm oczekuje odbicia w tym roku w górę cen swoich produktów, nierzadko blisko 90% (Hiszpania 88%, Niemcy 87%)
- **73% polskich firm spodziewa się wzrostu swoich przychodów eksportowych – ale to najniższy wynik wśród badanych gospodarek (gdyż średnia tych optymistycznych oczekiwań wynosi 82%).** Czy polskie firmy czują się mniej pewnie w konkurencji międzynarodowej?

„Mocną stroną polskich firm były konkurencyjne ceny oraz szybkość dostaw (bliskość zachodnioeuropejskich rynków zbytu). Za to mniej w porównaniu do innych badanych krajów jest polskich, rozpoznawalnych międzynarodowych marek i znaków handlowych, polskie produkty nie słyną też tak z designu czy wyrafinowania jak np. włoskie, francuskie czy hiszpańskie lub

¹ Ankieta została przeprowadzona online w ciągu trzech tygodni w kwietniu 2024 roku.

technologicznej perfekcji jak produkty niemieckie. Taką renomę zdobywa się nie latami, ale przez wiele dekad. Nasze zaś atuty w tej chwili słabną – konkurencyjność cenowa polskich firm jest zdecydowanie mniejsza niż wcześniej (wysokie ceny energii, mało już konkurencyjne koszty zatrudnienia - zestawiając wzrost kosztu pracy ze wzrostem wydajności, nie zapominając o dostępności pracowników: w Polsce jest najniższe obok Czech bezrobocie rejestrowane w UE!). Europa Środkowo-wschodnia jest obecnie zdecydowanie rzadziej wybierana jako źródło zwiększania zamówień w łańcuchach dostaw – przegrywa z Dalekim Wschodem i z Europą Zachodnią, gdyż spadkowi konkurencyjności cenowej towarzyszy bliskie ryzyko geopolityczne związane z wojną w Ukrainie. Stąd polskie firmy walczą o zamówienia innym elementem sprzedaży – akceptując dłuższe terminy płatności i większe ryzyko z tym związane (oraz wyższe koszty finansowe wynikające z wolniejszej rotacji należności i kapitału) – ocenia Sławomir Bąk, członek zarządu Allianz Trade w Polsce odpowiedzialny za ocenę ryzyka.

- **Produkcowanie i zaopatrywanie się w Polsce nie jest już tak opłacalne!** Aż 83% spośród badanych zarządzających polskimi firmami wskazało wysokie koszty jako główną przeszkodę w przeniesieniu łańcuchów dostaw do Polski – koszty operacyjne, wymiany handlowej i inwestycji (83% polskich respondentów!). Gdy dodamy do tego, iż wciąż wysoko na liście zagrożeń jest dostępność i koszt pracowników w Polsce (obawa wyrażania przez 49% badanych polskich firm) oraz obawy o dostępność i jakość lokalnych poddostawców (54% badanych przedsiębiorstw z Polski) jasne staje się, dlaczego **polskie firmy najrzadziej wśród tych z innych krajów myślą o przyspieszeniu relokacji łańcuchów dostaw z powrotem do kraju macierzystego** (tylko 16% ankietowanych polskich eksporterów, gdy na pozostałych rynkach było to o ponad 10% więcej).
- **Największe ryzyko związane z opóźnionymi płatnościami – polskie firmy raportują zdecydowanie najdłuższe terminy płatności z tytułu eksportu.** Aż 32% ankietowanych polskich firm otrzymuje płatności po 70 i więcej dniach od sprzedaży, podczas gdy w trzech spośród badanych krajów odsetek takich odpowiedzi jest dwudziestoprocentowy (Włochy, Niemcy i USA) a w pozostałych czterech krajach tak długo na swoje należności czeka tylko kilkanaście procent eksporterów (11-15% firm brytyjskich, francuskich czy hiszpańskich – czyli nawet trzy razy rzadziej niż w Polsce!).
- **Co więcej – duża część polskich firm (44%) spodziewa się wzrostu skali ryzyka opóźnionych płatności w bieżącym roku.** Tymczasem w większości ankietowanych krajów takie oczekiwania wyrażało mniej firm, zazwyczaj w okolicach 1/3 – tylko we Francji firmy są w tej kwestii sceptyczne nawet bardziej, niż w Polsce (47% francuskich firm spodziewa się wzrostu ryzyka opóźnionych płatności).

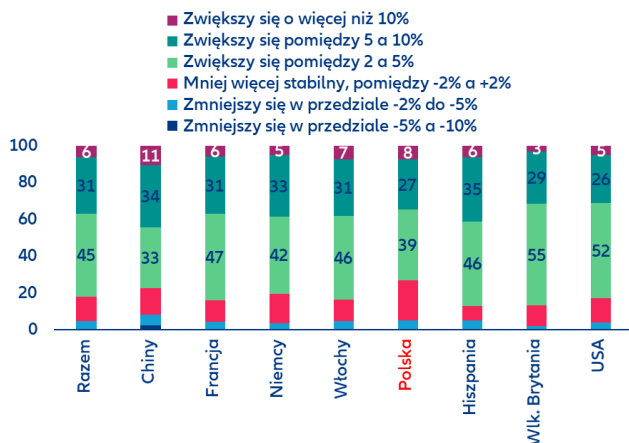
Jak polskie firmy radzą sobie z wyzwaniami – jak starają się zwiększyć eksport oraz przychody z tego tytułu?

- **Zachowawczo w kwestii stawianych sobie celów:** Optymistycznie, ambitnie – to można powiedzieć o strategiach pobudzenia eksportu poprzez stawianie na rozwój nowych produktów (najczęściej wybierane przez firmy w USA, Wlk. Brytanii i Francji) czy na dywersyfikację rynków zbytu i docieranie do nowych (to najczęstsze odpowiedzi firm z Hiszpanii, Chin, Niemiec i Włoch). Na co najczęściej stawiają obecnie polscy eksporterzy? Na bezpieczne zwiększenie swojego udziału na rynkach, na których już są obecni (26% ankietowanych firm z Polski), podczas gdy jeszcze przed rokiem niemal równie często nasi menedżerowie typowali ekspansję na nowe rynki.
- **Zdecydowanie bardziej odważnie w sposobie ich realizacji:** Już przed rokiem polskie firmy zdecydowanie wyróżniały się na tle tych zachodnioeuropejskich digitalizacją swojej działalności – przynajmniej o „długość czy dwie” wyprzedzając je m.in. w skali wykorzystania chmur obliczeniowych w handlu i usługach sieciowych, wykorzystaniu oprogramowania wspierającego

pracą zespołową, kontakt oraz zarządzanie magazynami i produkcją etc. Obecnie na topie jest AI: w przypadku polskich firm nie są to tylko plany, ale w stopniu porównywalnym z Chinami – także już rzeczywistość i bieżące jej wykorzystanie. Aż 36% ankietowanych polskich firm wykorzystuje w chwili obecnej AI (LLM – duże modele językowe) do usprawnienia zarządzania łańcuchem dostaw a 22 % do identyfikowania możliwości eksportowych i ułatwienia komunikacji. Tymczasem w wielu z pozostałych krajów jako narzędzie cyfrowego rozwoju wskazywany jest m.in. elektroniczny handel, nic nowego w 2024 roku. Co więcej: to nie koniec „inteligentnej” zmiany w polskich firmach – o konsekwentnym postawieniu na rozwój w oparciu o AI jako najważniejszy element wzrostu w kolejnych dwóch latach mówi 79% polskich menedżerów objętych badaniem (podobnie tylko, bo 81% odpowiedzi od zarządzających z Chin) – podczas gdy w pozostałych krajach średnio stawia na potencjał AI w kwestii przyszłego wzrostu firmy „tylko” 60% badanych.

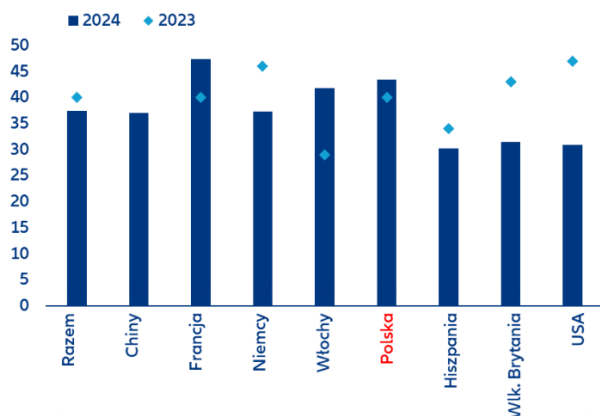
- **Nie zapominając o ostrożności – zabezpieczeniach:** Świadomość ryzyka i chęć jego minimalizacji w wykonaniu polskich firm potwierdza częstsze niż przed rokiem sięganie przez nie po zabezpieczenia w postaci gwarancji w łańcuchu dostaw – czyni tak 37% polskich eksporterów w badaniu (równie często ma to miejsce w Chinach i w USA) – generalnie ta forma zabezpieczenia swoich dostaw (i działalności) najmocniej zyskała w porównaniu do zeszłego roku. Cieszyć może, iż polskie firmy są w tym względzie na czasie, dostrzegają tę potrzebę oraz potrafią ją zrealizować, chroniąc w ten sposób swoją produkcję i działalność.
- **Tnąc koszty na rozwój w obszarach niebędących najistotniejszą potrzebą:** Tutaj nie ma może powodów do dumy – chociaż.... Pewne zapóźnienie w kwestii dekarbonizacji swojej działalności, mimo że przynosi chluby to w jakiś sposób świadczyć może też o racjonalności, chociaż przede wszystkim – konieczności. Nakłady, które mogą być odkładane są w polskich firmach odkładane – i tak też jest z redukcją śladu węglowego: 68% ankietowanych menedżerów z Polski potwierdza jasną strategię swojej firmy odejścia od paliw kopalnych – niezależnie od wahań ich cen, podczas gdy średnia światowa takich deklaracji wyniosła 78%, czyli wszystkie kraje poza Niemcami miały wynik zbliżony lub nawet powyżej 80% takich odpowiedzi (Niemcy podobnie jak Polska – „tylko” 69%!). Aż 13% respondentów z polskich firm uznało, iż ich firma nie jest na dobrej drodze spełnienia zerowego celu emisji w 2050 roku (negatywne odpowiedzi na to pytanie ze wszystkich innych krajów były jednocyfrowe, poza Polską i Włochami). Dużo wyraźniej od stawki polskie firmy odstają w kwestii używania cyfrowych faktur – wdrożyło je lub jest w stanie wdrożyć w ciągu roku tylko 54% firm objętych badaniem z Polski, podczas gdy średnia ze wszystkich krajów wynosi 66%. **Może pewien wpływ na najdłuższe średnio terminy płatności na rzecz eksporterów z Polski ma nie tylko długi termin udzielany przez samych sprzedających, ale i braki w zakresie szybkiego, elektronicznego obiegu faktur z nabywcami?** Jest to na pewno pole do poprawy, chociaż nie sprzyja temu obecnie odsunięty ponownie w czasie do 2026 roku termin wprowadzenia powszechnego obowiązku e-fakturowania w Polsce.

Oczekiwania dotyczące wzrostu obrotów eksportowych w 2024 r. % respondentów



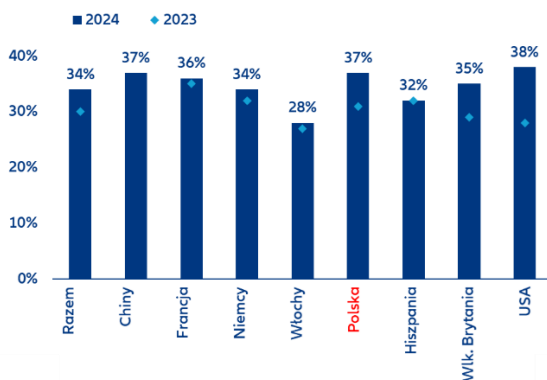
Źródło: Allianz Trade Global Survey 2024

Odsetek respondentów spodziewających się wzrostu ryzyka braku płatności eksportowych w ciągu najbliższych sześciu do 12 miesięcy, % respondentów, 2024 r. vs. 2023 r.



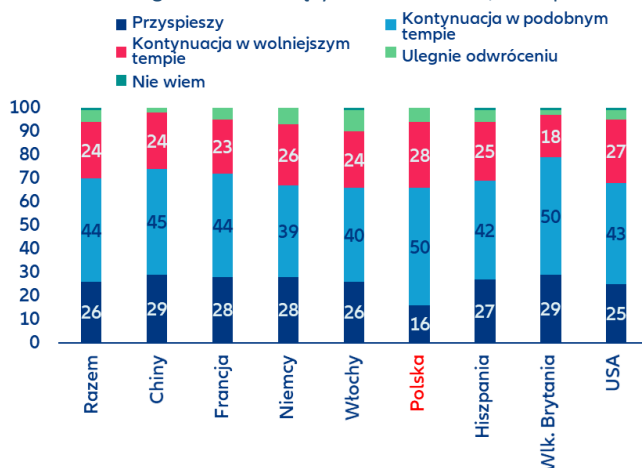
Źródła: Allianz Trade Global Surveys 2023 and 2024

Odsetek respondentów kupujących ubezpieczenie łańcucha dostaw w celu złagodzenia zakłóceń (%)



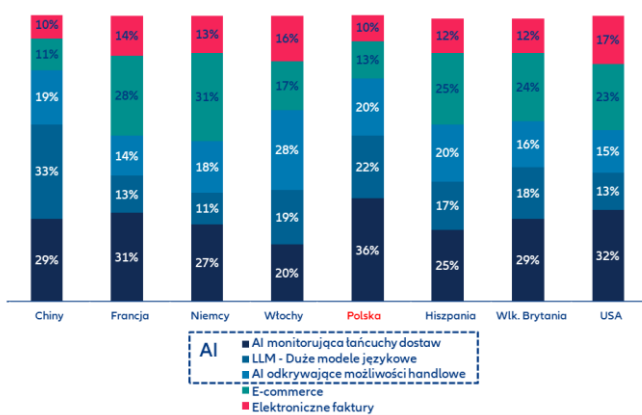
Źródła: Allianz Trade Global Surveys 2023 and 2024

Oczekiwania dotyczące trendu zmiany na dostawców krajowych lub reshoringu w nadchodzących dwóch latach, % respondentów



Źródło: Allianz Trade Global Survey 2024

Aktywność cyfrowa, która najbardziej przyczynia się do rozwoju międzynarodowego, % respondentów



Źródło: Allianz Trade Global Survey 2024

Kontakt dla mediów:

Grzegorz Błachnio
Allianz Trade
601 056 830
grzegorz.blachnio@allianz-trade.com

Artur Niewrządowski
AKM multiAN PR
509 433 874
artur.niewrzedowski@multian.pl

Media społecznościowe:

twitter.com/allianztrade
linkedin.com/company/allianz-trade

Informacje o Allianz Trade

Allianz Trade jest światowym liderem w zakresie ubezpieczeń kredytu kupieckiego i uznanym specjalistą w dziedzinie poręczeń, windykacji, strukturyzowanego kredytu kupieckiego i ryzyka politycznego. Nasza własna sieć zbierania danych gospodarczych pozwala analizować zmiany w wypłacalności ponad 83 milionów przedsiębiorstw dzień po dniu. Dajemy firmom pewność niezbędną do prowadzenia wymiany handlowej i świadczenia usług poprzez zabezpieczenie należnej im z tego tytułu zapłaty. Wypłacamy firmom odszkodowanie z tytułu nieściągalnych należności, ale przede wszystkim pomagamy ich uniknąć. Zawsze, gdy oferujemy ubezpieczenie kredytu kupieckiego lub inne rozwiązania finansowe, naszym priorytetem jest ochrona predykcja – przewidywanie potencjalnych zdarzeń w celu unikania ryzyka. Jeżeli jednak wystąpi nieprzewidziane zdarzenie, posiadany przez nas rating kredytowy na poziomie AA oznacza, że dysponujemy zasobami, gwarantowanymi przez Allianz, pozwalającymi na wypłatę odszkodowania umożliwiającego klientowi utrzymanie działalności. Allianz Trade z siedzibą w Paryżu jest obecny w ponad 50 krajach i zatrudnia 5700 osób. W 2023 r. nasze skonsolidowane obroty wyniosły 3,7 mld euro, a ubezpieczone przez nas transakcje biznesowe w skali globalnej odpowiadały ekspozycji w wysokości 1 131 mld euro. Więcej informacji można znaleźć na stronie allianz-trade.com

Uwaga dotycząca stwierdzeń wybiegających w przyszłość

Stwierdzenia zawarte w niniejszym dokumencie mogą zawierać prognozy, stwierdzenia dotyczące przyszłych oczekiwań oraz innego rodzaju stwierdzenia wybiegające w przyszłość, oparte na aktualnych opiniach i założeniach kierownictwa firmy, obejmujących znane i nieznanne czynniki ryzyka oraz niepewności. Rzeczywiste wyniki, rezultaty lub zdarzenia mogą w istotnym zakresie odbiegać od przewidywanych w takich stwierdzeniach, między innymi z powodu: (I) ogólnych warunków ekonomicznych, w tym w szczególności warunków ekonomicznych w kluczowych sektorach działalności Grupy Euler Hermes oraz na kluczowych dla niej rynkach, (II) wyników osiągniętych na rynkach finansowych (również ze względu na niestabilność i płynność rynku oraz zdarzenia związane z kredytami), (III) częstotliwości oraz zakresu zdarzeń objętych ochroną ubezpieczeniową, w tym zdarzeń powodowanych przez klęski żywiołowe oraz wiążących się ze wzrostem wydatków na likwidację szkód, (IV) poziomu i trendów śmiertelności i zachorowalności, (V) poziomu powtarzalności zdarzeń, (VI) szczególnie w działalności bankowej, zakresu niespłaconych kredytów, (VII) poziomu stóp procentowych, (VIII) kursów wymiany walut, w tym m.in. kursu wymiany EUR/USD, (IX) zmian przepisów prawa i regulacji, w tym podatkowych, (X) wpływu przejęć spółek, w tym także kwestii związanych z integracją i środkami reorganizacji oraz (XI) ogólnych czynników związanych z konkurencją na szczeblu lokalnym, regionalnym, krajowym i/lub globalnym. Wystąpienie wielu z tych czynników może być bardziej prawdopodobne lub mogą one przyjmować bardziej wyraźną postać na skutek działań terrorystycznych i ich konsekwencji.