

30 lat polskiego eksportu

Hity eksportowe, kierunki ekspansji, szanse na przyszłość





Spis treści

3	Słowo wstępu
4	Główne wnioski
5	1 30 lat polskiego eksportu - najważniejsze trendy
5	Jak sprzedaż zagraniczna podniosła standard życia w kraju
6	Od surowców, przez maszyny, po materiały
9	Od ZSRR do Niemiec. Czy jest inna droga?
10	Co to znaczy „polski eksport“?
13	2 Polskie hity eksportowe - od węgla, przez samochody, po części
14	Jak wytypowaliśmy hity eksportowe
15	Najważniejsze zjawiska - przesunięcie w kierunku części i towarów średnioprzetworzonych
17	Mapa hitów eksportu - czego eksportujemy najwięcej
23	Lista hitów - w czym się specjalizujemy
29	3 Kierunki geograficzne polskiego eksportu
29	Gdzie sprzedajemy nasze hity, gdzie możemy je sprzedawać
33	Długookresowe trendy w strukturze geograficznej sprzedaży
38	4 Polski eksport do krajów Bliskiego Wschodu

Słowo wstępu



Janusz Władyczak

prezes zarządu KUKI

Jubileusz 30-lecia KUKI, instytucji stworzonej na początku przemian rynkowych w Polsce dla wspierania eksportu, wypadł w przełomowym momencie dla światowej gospodarki, podnoszącej się po pandemicznym horrorze. Kolejny kryzys wykazał odporność naszej gospodarki, a eksporterów w szczególności, na nadzwyczajne trudności i ich umiejętność w dostosowaniu się do nowych trendów społeczno-ekonomicznych i dynamicznych zmian rynkowych. Jednocześnie przedstawiona w tym raporcie ewolucja polskiego eksportu w ciągu trzech dekad pozwala żywić przekonanie, że dobra passa eksportu będzie kontynuowana. W KUKI mamy świadomość stojących przed polskim biznesem wyzwań w globalnej rywalizacji. Dlatego w 30. rocznicę powstania spółki stworzyliśmy system rozwiązań finansowych oraz sieć współpracy z krajowymi i zagranicznymi instytucjami, co umożliwi naszym eksporterom nie tylko utrzymanie obecnej pozycji, lecz również dalszą ekspansję geograficzną oraz rozwój konkurencyjnej i innowacyjnej oferty.



Ignacy Morawski

dyrektor SpotData

Patrząc na przyszłość polskiego eksportu, wzorem powinna być dla nas Holandia. Kraj ten potrafi osiągnąć potężne zyski ze sprzedaży tak prostych produktów jak mleko czy mięso. Kluczem do sukcesu jest wysoka wydajność, czyli duża sprzedaż w przeliczeniu na pracownika. A do tego konieczna jest automatyzacja. Przyszłość polskiego eksportu leży w branżach, które już dziś stanowią o jego sile, ale które też wciąż mają bardzo duże pole do zwiększania wydajności. Motoryzacja, żywność, meble, materiały budowlane, opakowania, elementy metalowe i plastikowe oraz inne komponenty używane do dalszej produkcji przez zachodnie firmy – to są obszary, w których eksport rozwinął się bardzo mocno i może dalej rosnąć. Kluczowym warunkiem dalszego szybkiego rozwoju będzie zdolność do zwiększania efektywności produkcji.

Główne wnioski

W 1992 roku eksport towarów z Polski wynosił 13,2 mld dolarów. Dziś takie przychody ze sprzedaży zagranicznej firmy w kraju uzyskują w ciągu dwóch tygodni. W 1992 roku polski eksport miał wartość ok. 900 tys. małych samochodów osobowych (według ówczesnych cen). Dziś odpowiada wartości ok. 26 mln samochodów analogicznej wielkości, według dzisiejszych cen.

W 2020 roku było 41 branż, w których Polska była liderem eksportu wśród krajów Unii Europejskiej. Ten wskaźnik ukazuje bardzo ważną zmianę, która zaszła w przemyśle w drugiej dekadzie XXI wieku. Liczba liderów zwiększyła się w ciągu 10 lat ze względu na przesuwanie produkcji i zamówień do Polski przez zachodnie firmy, które szukały oszczędności po kryzysie finansowym.

W 2001 roku Polska była europejskim liderem w sprzedaży węgla, w 2010 roku - mebli, a w 2020 roku - monitorów. To pokazuje, jak zmienia się struktura gospodarki i że przesuwa się ona w górę drabiny wartości dodanej.

Mimo wysokiego uzależnienia od Niemiec Polska systematycznie zwiększa penetrację rynków zagranicznych. Ukazuje to tzw. indeks penetracji rynków eksportowych, który mierzy, na ile potencjalnych rynków sprzedają firmy z danego kraju. W latach 90. eksport z Polski pokrywał ok. 5 proc. potencjalnych rynków, dziś pokrywa ponad 20 proc. Pole do dalszej ekspansji wciąż jest bardzo duże.



30 lat polskiego eksportu - najważniejsze trendy

Jak sprzedaż zagraniczna podniosła standard życia w kraju

W 1992 roku eksport towarów z Polski wynosił 13,2 mld dolarów. Dzisiaj takie przychody z zagranicznej sprzedaży towarów firmy w kraju uzyskuje w ciągu dwóch tygodni. Na przestrzeni niemal 30 lat polski eksport wzrósł prawie 25-krotnie. Ta poprawa nastąpiła przy niemal niezminionej liczbie osób pracujących w sektorze przemysłowym, co pokazuje, jak wielki wzrost wydajności przedsiębiorstw miał miejsce w tym okresie. Częściowo jest to efektem wzrostu cen, ale w przeważającej mierze wzrostu wolumenów sprzedaży eksportowej.

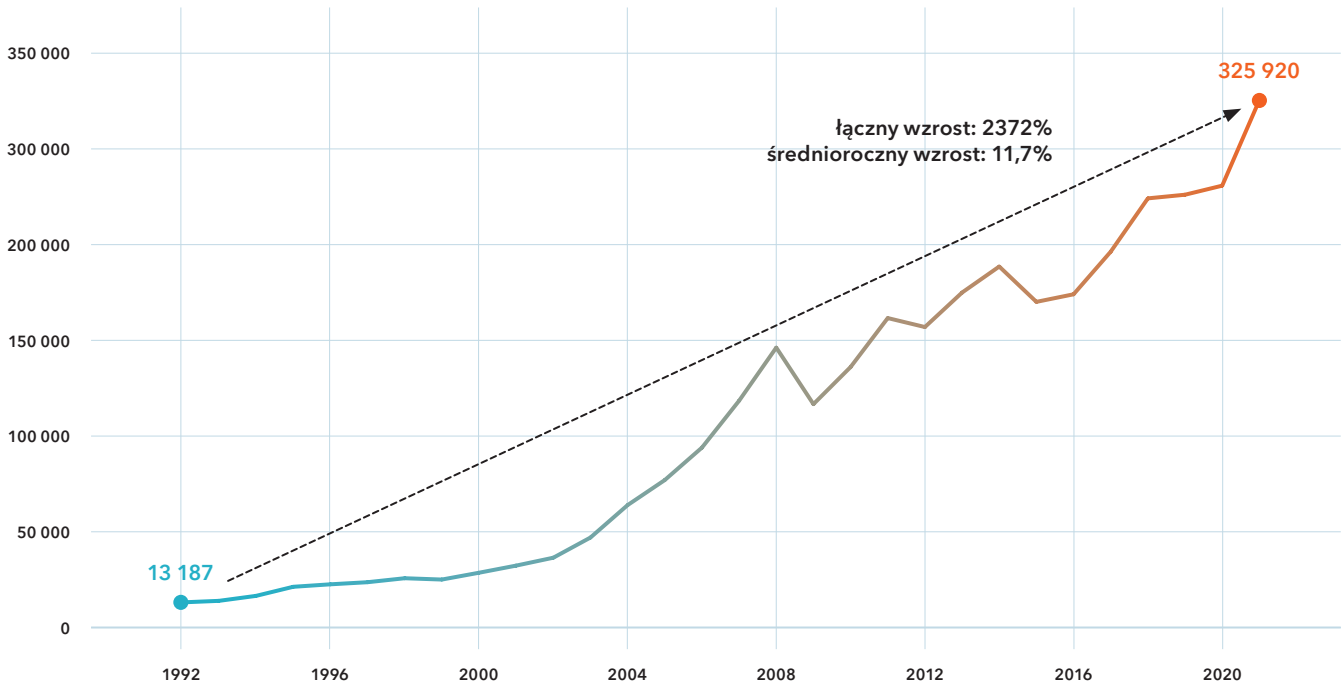
Wyobrażenie realnej wielkości eksportu jest łatwiejsze poprzez zestawienie go z liczbą towarów konsumpcyjnych, które można byłoby kupić za przychody z eksportu. W 1992 roku eksport towarów pozwalał na zakup ok. 900 tys. małych samochodów osobowych (według ówczesnego poziomu cen). Z kolei w 2020 roku przychody z polskiego eksportu stanowiły równowartość ok. 26 mln samochodów osobowych analogicznej wielkości (według dzisiejszego poziomu cen).

Ten przykład pokazuje, że poprzez rosnący eksport zwiększa się zamożność kraju. Większa ilość sprzedanych towarów oznacza większe możliwości zakupu wyrobów konsumpcyjnych, których Polska nie produkuje lub nie projektuje - pewnych rodzajów samochodów, elektroniki, żywności, a także koniecznych do codziennego funkcjonowania społeczeństwa surowców energetycznych lub niezbędnych dla przemysłu surowców. Zdolność sprzedaży na świat jest jednym z głównych czynników determinujących rozwój gospodarczy i standard życia. Im więcej kraj sprzedaje, tym więcej może konsumować.



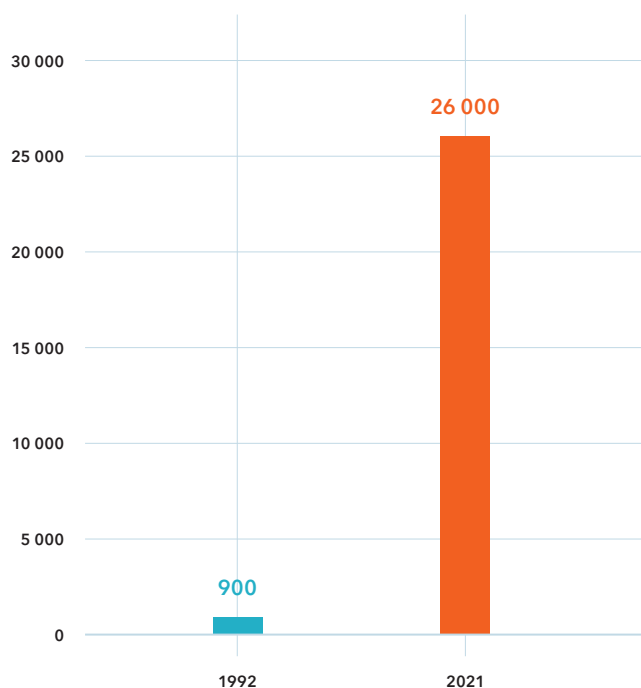
Wykres 1. Wartość polskiego eksportu, w mln dolarów.

W ciągu trzech dekad sprzedaż zagraniczna powiększyła się prawie 25-krotnie.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych gus

Wykres 2. Liczba samochodów osobowych małej wielkości (ok. 1000 cm³), które można kupić za równowartość polskiego eksportu towarów, w tys.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych gus; liczba samochodów szacowana według średnich cen podawanych przez gus dla małego auta osobowego

Od surowców, przez maszyny, po materiały

Przez ostatnie 30 lat struktura polskiego eksportu towarów uległa znaczącym zmianom. Polska zaczynała transformację jako kraj sprzedający głównie surowce i towary mało przetworzone, przede wszystkim do ZSRR. Najważniejszym wówczas towarem eksportowym były węgiel i wyroby hutnicze.

W pierwszych latach transformacji w polskim eksporcie wciąż istotny udział miały surowce, ale jednocześnie zwiększało się znaczenie tanich towarów przetworzonych, np. odzieży. Po kryzysie w Rosji pod koniec lat 90. XX wieku nastąpiło załamanie eksportu odzieży, ale w strukturze eksportu rozpoczął się silny wzrost udziału towarów przetworzonych, głównie maszyn, sprzętu transportowego i części motoryzacyjnych. To był moment, kiedy Polska wraz z całym regionem Europy Środkowej zaczęła być mocno włączana w struktury zachodnioeuropejskiego przemysłu motoryzacyjnego.

Ten proces nasilił się po kryzysie finansowym w 2008 roku, który zachęcił przedsiębiorstwa z Europy Zachodniej do poszukiwania tańszych dostawców



z nowych krajów członkowskich UE. Paradoksalnie, z tej perspektywy można stwierdzić, że kryzys finansowy miał korzystny wpływ na zwiększenie wolumenu i poprawę struktury polskiego eksportu. Szczególnie duże znaczenie dla wzrostu sprzedaży zagranicznej polskich towarów po 2008 roku miała kooperacja krajowych przedsiębiorstw z firmami z Niemiec oraz z dostawcami towarów eksportowanych do Europy Zachodniej z krajów Europy Środkowej.

Ale po kryzysie z 2008 roku nastąpiła też istotna zmiana strukturalna w polskim eksporcie. Bezwzględna dominacja sprzętu transportowego zaczęła ustępować, a dużą rolę zaczęły odgrywać towary średnioprzetworzone, czyli różne wyroby z metali, papieru, plastiku, a także żywność przetworzona. Związane jest to prawdopodobnie z faktem, że firmy zachodnioeuropejskie znajdujące się pod ogromną presją finansową zaczęły chętniej zamawiać komponenty i półprodukty w Europie Środkowej. Polska w pewnym sensie skorzystała na kryzysie finansowym z 2008 roku, później na kryzysie strefy euro z 2012 roku oraz na kryzysie pandemicznym z 2020 roku. Każdy z tych kryzysów zmusił część producentów w Europie do poszukiwania tańszych od dotychczasowych dostawców, a Polska wraz z innymi krajami regionu idealnie się w tę potrzebę wpasowała.

Pomimo istotnych, korzystnych zmian w strukturze polskiego eksportu towarów, jakie miały miejsce od początku transformacji, udział eksportu towarów wysokoprzetworzonych wynosi ok. 41 proc. i jest niższy niż w Niemczech (53 proc.) i dużo niższy niż np. w Czechach (61 proc., dane za rok 2020). Mechaniczne utożsamianie poziomu rozwoju gospodarczego z udziałem towarów wysoko przetworzonych w strukturze eksportu jest jednak błędne. Można specjalizować się w produkcji towarów półprzetworzonych i być jednocześnie krajem bardzo zaawansowanym technologicznie. Przykładem takiej gospodarki jest Holandia, w której relatywny udział towarów wysokoprzetworzonych w eksporcie jest znacznie niższy niż w Niemczech, a jednocześnie niewiele lepszy od tego, jaki notujemy w Polsce. O poziomie rozwoju gospodarczego decyduje wysoka wydajność, zależna bezpośrednio od stosowanej technologii i organizacji pracy, a niekoniecznie rodzaj wytwarzanych produktów finalnych. Biorąc pod uwagę integrację polskich przedsiębiorstw w globalnych łańcuchach dostaw, z dużym prawdopodobieństwem w najbliższych latach Polska będzie specjalizować się w produkcji towarów półprzetworzonych. Istotnym wyzwaniem będzie zatem podnoszenie wydajności produkcji poprzez jej automatyzację i zwiększanie wartości eksportu w przeliczeniu na zatrudnionego.

Wykres 3. Zmiany struktury towarowej polskiego eksportu.

Polska zaczęła jako gospodarka oparta na surowcach. Później nastąpiła era maszyn i transportu. Ale po kryzysie finansowym wzrosło znaczenie towarów średnioprzetworzonych.

Faza 1. lata 90. - ostatnia era węgla

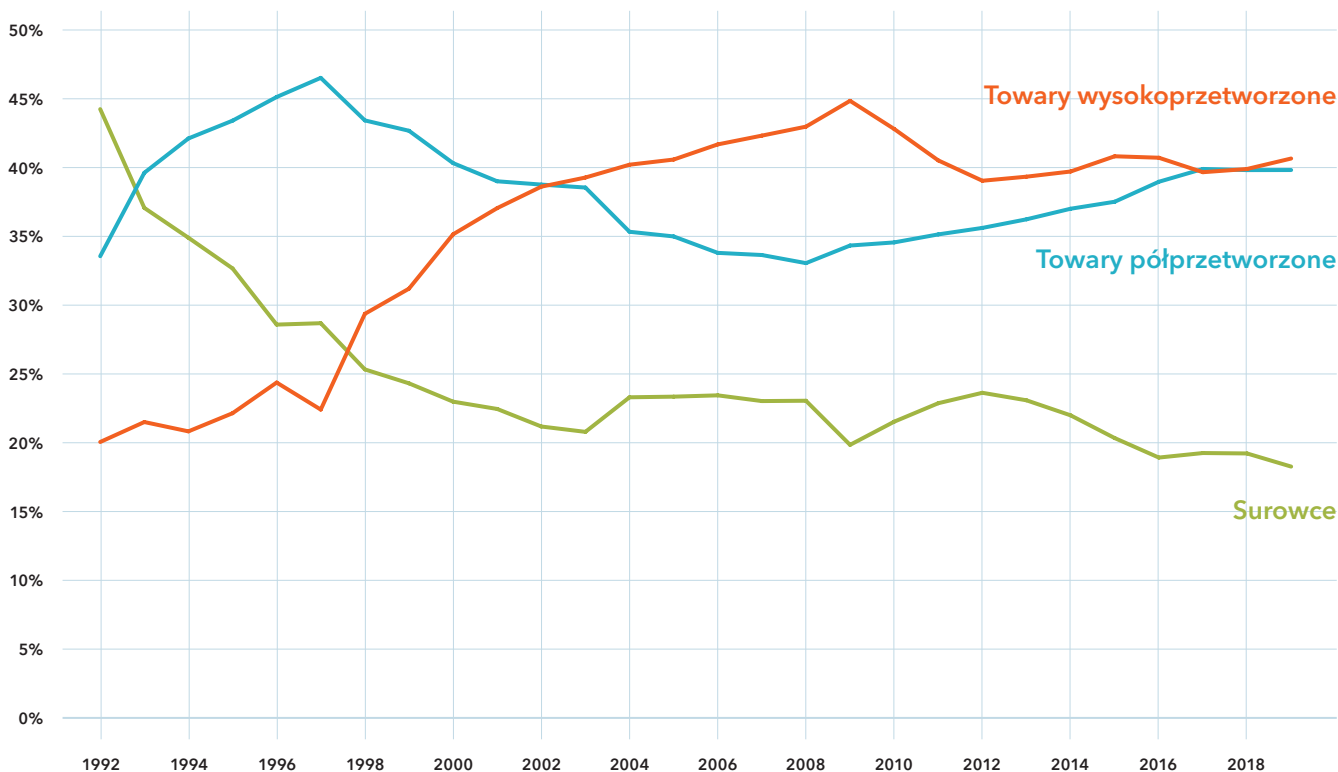
Eksport oparty na surowcach, ale szybka zmiana struktury w kierunku tanich towarów przetworzonych (np. odzież).

Faza 2. lata 2000. - początek ery maszyn

Bardzo szybki rozwój branż maszynowych i transportowych.

Faza 3. lata 2010. - era części i komponentów

Powrót znaczenia towarów półprzetworzonych w wyniku zmiany struktury europejskich łańcuchów dostaw i outsourcingu produkcji części do Polski.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych GUS

Wykres 4. Struktura towarowa eksportu Polski na tle innych krajów.

Nie trzeba specjalizować się w eksporcie towarów wysokoprzetworzonych, by być krajem rozwiniętym.

	Polska	Czechy	Niemcy	Holandia
Towary wysokoprzetworzone	41%	61%	53%	40%
Towary półprzetworzone	40%	26%	33%	34%
Surowce	18%	11%	12%	25%

Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Od ZSRR do Niemiec. Czy jest inna droga?

Po upadku ZSRR polski eksport bardzo szybko został przekierowany ze Wschodu na Zachód. Niemcy w ciągu paru lat po 1989 roku przejęły absolutnie dominującą rolę jako odbiorca towarów z Polski. Zresztą jeszcze przed transformacją udział Niemiec Zachodnich w polskim eksporcie był spory, bo sięgał ok. 6-7 proc. Już wtedy tworzyły się więzi handlowe, które wraz z przemianami gospodarczymi zostały bardzo szybko rozbudowane.

W latach 2000. Polska zaczęła otwierać się na inne, dalsze kierunki oraz mocniej integrować z regionem CEE. W tym czasie dynamicznie zaczął rosnąć eksport towarów do państw dzisiejszej UE, w tym głównie do krajów Europy Środkowej. Polskie przedsiębiorstwa zaczęły także zdobywać rynki zbytu poza UE.

Kryzys finansowy przyniósł jednak ponowną koncentrację na kierunku niemieckim. Wynikało to z rosnącej

dominacji Niemiec w gospodarce Unii Europejskiej. Niemcy przeszli przez światowy kryzys finansowy niemal suchą stopą, unikając długotrwałej recesji. Niemieckie firmy zintensyfikowały proces przenoszenia produkcji do Europy Środkowej, co zresztą było ważnym czynnikiem wzmacniającym ich konkurencyjność na rynkach globalnych. W ten sposób kształtowała się relacja obustronnych korzyści – Niemcy zapewniały Polsce i regionowi inwestycje i transfer technologii, a Polska i region zapewniały Niemcom zaplecze pozwalające na umacnianie roli tego kraju w światowej gospodarce.

Wiele wskazuje, że w nadchodzących latach nie dojdzie do istotnych zmian w kierunkach geograficznych polskiego eksportu, ponieważ strukturalne powiązania między Polską a Niemcami są bardzo silne. Ale to nie zmienia faktu, że są branże, w których polskie firmy dobrze radzą sobie na kierunkach pozaeuropejskich, i w nich Polska powinna szukać szans na zwiększenie obecności na największych rynkach świata – czyli w USA i Chinach.

Wykres 5. Struktura geograficzna polskiego eksportu na przestrzeni 30 lat.

Główny partner handlowy zawsze miał dominujące znaczenie w eksporcie.

Faza 1. koniec lat 80. - załamanie ZSRR

Kryzys gospodarczy w ZSRR sprawia, że eksport z Polski do tego kraju systematycznie spada.

Faza 2. lata 90. - masowe przekierowanie na Niemcy

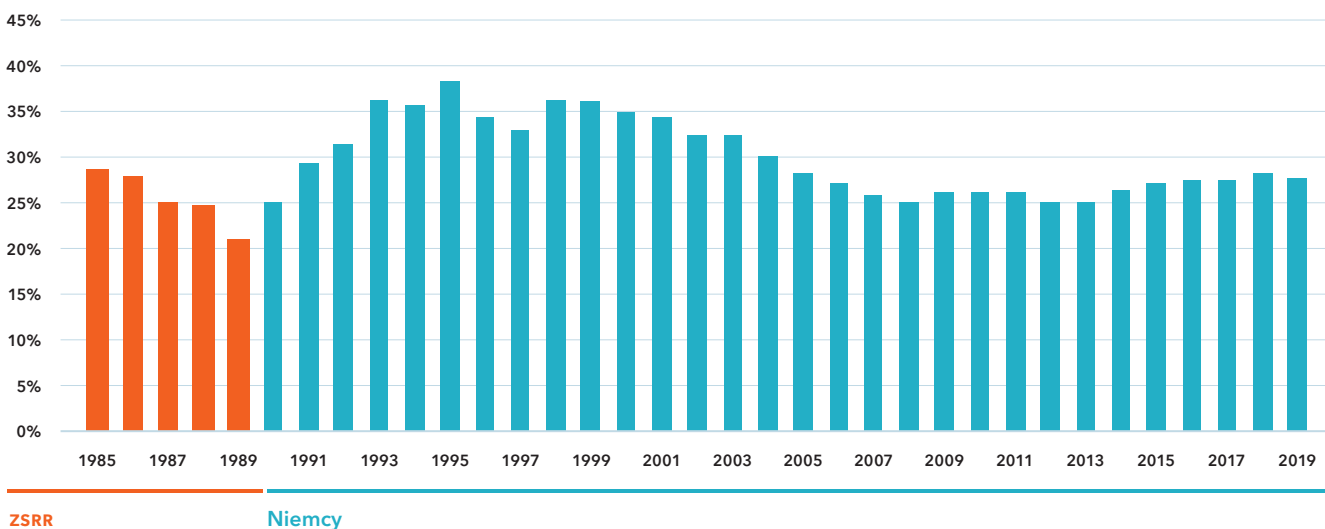
Bardzo szybki rozwój branż maszynowych i transportowych.

Faza 3. lata 2000. - dywersyfikacja

Ekspert zaczyna otwierać się na inne kierunki niż Niemcy, szczególnie w regionie CEE i poza UE.

Faza 4. lata 2010. - ponowna dominacja Niemiec

Niemiecka gospodarka zyskuje na sile w relacji do wielu innych europejskich i światowych eksporterów, co przekłada się na strukturę polskiego eksportu.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych GUS

Co to znaczy „polski eksport“?

Wyrażenie „polski eksport” budzi często kontrowersje ze względu na fakt, że bardzo duża część sprzedaży zagranicznej jest realizowana przez firmy zagraniczne ulokowane w Polsce. Wywołuje to czasem niezadowolenie niektórych komentatorów, ekonomistów i analityków, którzy wskazują, że sukces eksportowy nie jest w pełni polski. Rzeczywiście ok. 55 proc. całego eksportu i ok. 60 proc. eksportu towarów jest realizowane przez inwestorów zagranicznych. Jednak nie powinno to prowadzić do deprecjonowania osiągnięć sektora eksportowego.

Przed wszystkim warto zauważyć, że model rozwoju oparty silnie na kapitale zagranicznym został przyjęty w całej Europie Środkowej, a Polska ma na tle innych krajów wyjątkowo silny udział kapitału krajowego w eksporcie. Polskie 40 proc. jest znacznie wyższe niż czeskie 25 proc., rumuńskie 18 proc. czy słowackie 13 proc.

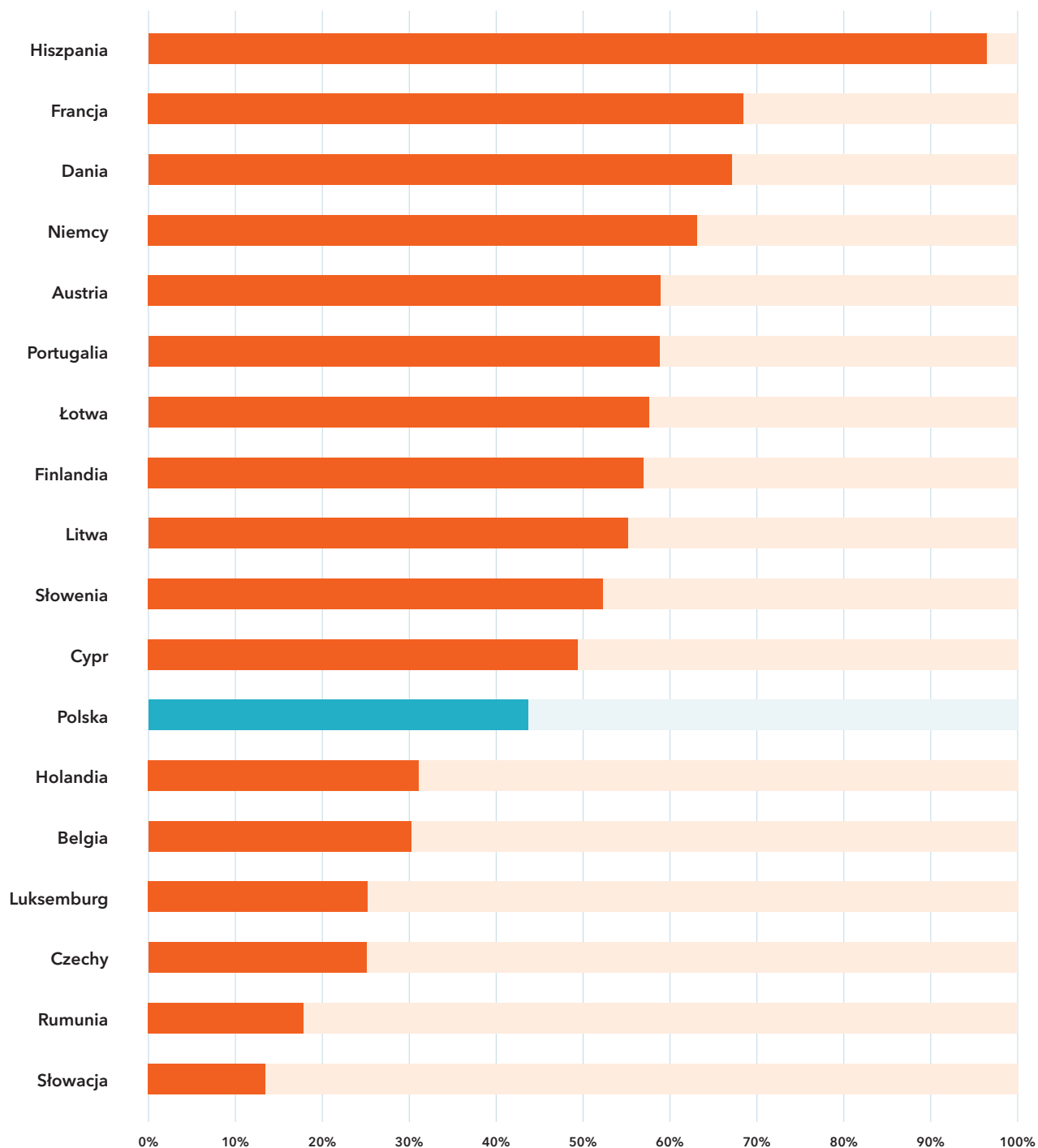
Ponadto trzeba pamiętać, że w sprzedaż zagraniczną jest zaangażowanych znacznie więcej firm niż tylko bezpośredni eksporterzy. Na każdą firmę eksportującą bezpośrednio przypada łańcuch krajowych dostawców, wśród których najczęściej dominuje kapitał krajowy. Około połowy całego PKB Polski jest wytwarzane na rzecz zaspokojenia potrzeb klientów zagranicznych, licząc wszystkie elementy łańcuchów dostaw. Jeżeli zagraniczny sprzedawca mebli zamawia u polskich kooperantów dostawę drewna, a później zleca też wyrób konkretnych towarów, to firmy krajowe są pośrednio zaangażowane w eksport.

Istotny jest też fakt, że inwestorzy zagraniczni są źródłem transferu technologii do Polski. Jest wiele przykładów krajowych firm, które najpierw były kooperantami zagranicznego inwestora, by następnie samemu wejść na światowe rynki.



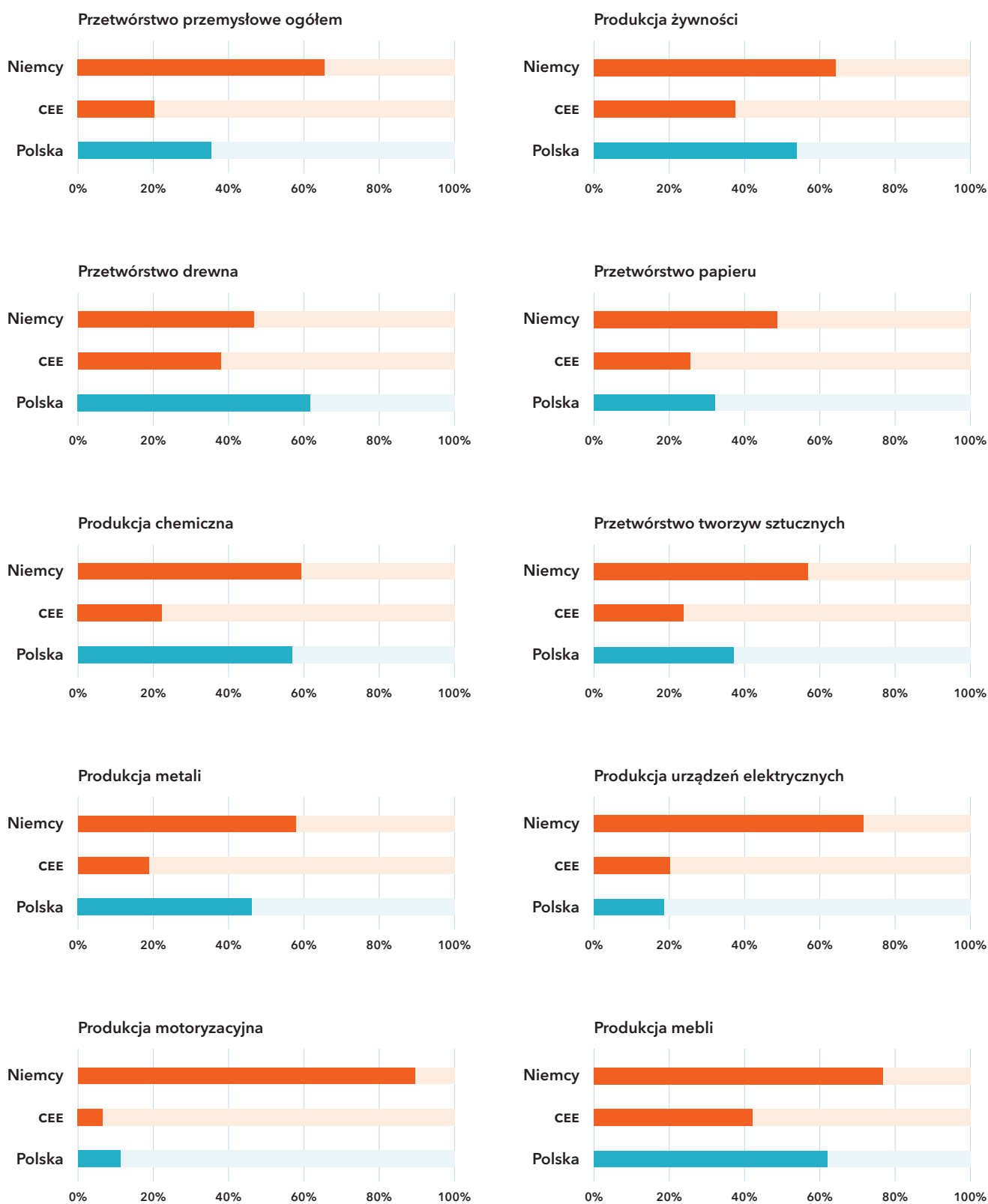
Wykres 6. Udział firm kontrolowanych przez kapitał krajowy w eksporcie.

W Europie przepływy handlowe są generowane w dużej mierze przez inwestorów zagranicznych. W Europie Środkowej to zjawisko jest szczególnie intensywne - model regionu opiera się na imporcie kapitału i technologii. Ale Polska na tle krajów regionu ma relatywnie wysoki udział kapitału krajowego w eksporcie.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 7. Udział firm kontrolowanych przez kapitał krajowy w eksporcie.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Polskie hity eksportowe - od węgla, przez samochody, po części

W latach 2001-2020 w Polsce miały miejsce znaczące zmiany, nie tylko w wielkości, lecz także w strukturze eksportu towarów. W tym czasie z europejskiego lidera eksportu węgla i jego pochodnych staliśmy się czołowym eksporterem części i akcesoriów samochodowych, mebli, niektórych artykułów budowlanych, a także drobiu.





Jak wytypowaliśmy hity eksportowe

Szczegółową analizę trendów w eksporcie z Polski przeprowadzono na podstawie bazy danych Eurostatu zawierającej informacje o wartości sprzedaży dla wszystkich krajów Unii Europejskiej w podziale na wszystkie kierunki eksportowe dla ok. 1200 grup towarowych (w rozbiciu na czterocyfrowe kody CN). W języku Python zbudowaliśmy narzędzie, które pozwala przeanalizować hity eksportowe dla każdego kraju, na każdym kierunku, a także analizować zmiany cen jednostkowych i zmiany struktury geograficznej.

Polskie hity eksportowe zostały wyznaczone przy wykorzystaniu dwóch metod klasyfikacji.

- 1.** Towary, które mają największy udział w eksporcie towarów ogółem. Takie ujęcie pozwala zidentyfikować największe branże i tym samym najważniejsze przedsiębiorstwa.
- 2.** Towary, w których eksporcie Polska jest liderem w Unii Europejskiej. Takie podejście pozwala lepiej zidentyfikować przewagi konkurencyjne, które rzucają światło na to, w czym Polska może być silna w przyszłości.

Z listy hitów eksportowych usunęliśmy te towary, których w Polsce się nie produkuje lub produkuje się w śladowych ilościach. W niektórych przypadkach Polska jest bowiem potężnym eksporterem, ale małym producentem. Zdarza się tak w sytuacjach, gdy w Polsce znajdują się duże centra dystrybucyjne. Wprawdzie reeksport nie jest zaliczany do eksportu, jednak centrum dystrybucyjne może obsługiwać sprzedaż zarówno krajową, jak i zagraniczną, a wtedy towar jest rejestrowany w Polsce i każda jego sprzedaż do innych krajów jest eksportem. Staraliśmy się takie sytuacje usunąć z listy.

Najważniejsze zjawiska - przesunięcie w kierunku części i towarów średnioprzetworzonych

Spojrzenie na sam szczyt listy hitów eksportowych pozwala dojrzeć najistotniejsze trendy w polskim eksporcie. Wprawdzie lista TOP 5 jest krótka i stanowi tylko punkt wyjścia do dalszej analizy, jednak kryją się w niej najważniejsze ogólne zjawiska cechujące polską gospodarkę.

Przede wszystkim pod względem największych pozycji w eksporcie Polska w ostatnich dwóch dekadach przesunęła się z produkcji samochodów w kierunku produkcji części (do części i akcesoriów zaliczają się elementy typu zderzaki, koła, pasy bezpieczeństwa, kabiny, hamulce, skrzynie biegów, mosty napędowe, amortyzatory, chłodnice, tłumiki, sprzęgła, kierownice i kolumny czy poduszki powietrzne). To odzwierciedla fakt, że kraj stał się ogromnym dostawcą elementów

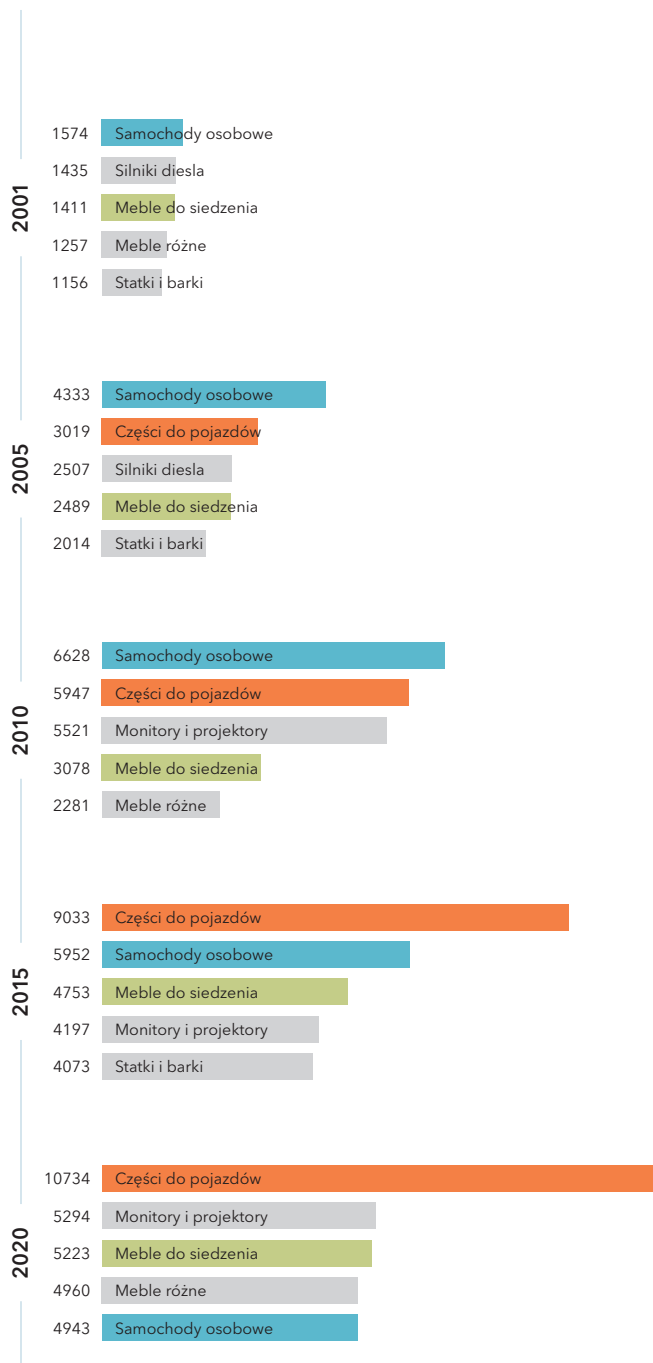
znajdujących się w początkowej fazie produkcji dobra finalnego. Czy to źle? Niekoniecznie. Specjalizacja w produkcji i eksporcie części, a nie wyrobów gotowych, tylko pozornie może być uznana za objaw słabości. W produkcji części jest znacznie więcej miejsca dla krajowych producentów, którzy wiedzę i technologię tworzą w kraju. Polska ma znacznie wyższy udział krajowej produkcji w motoryzacji niż inne państwa Europy Środkowej, między innymi ze względu na większą koncentrację w segmencie części. Co więcej, specjalizacja w tym segmencie daje większe możliwości rozwoju w warunkach rewolucji elektromobilnej.

Jednak pod względem towarów, w których Polska się specjalizuje, przesunęliśmy się w ciągu 20 lat od produkcji węgla, koksu, miedzi czy owoców w kierunku wytwarzania mebli. I znów jest to transformacja w kierunku towarów średnioprzetworzonych, tyle że poczynając od strony surowców i wyrobów niskiego przetworzenia.



Wykres 8. Towary o największej wartości eksportu w kolejnych pięcioleciach (eksport w mln euro).

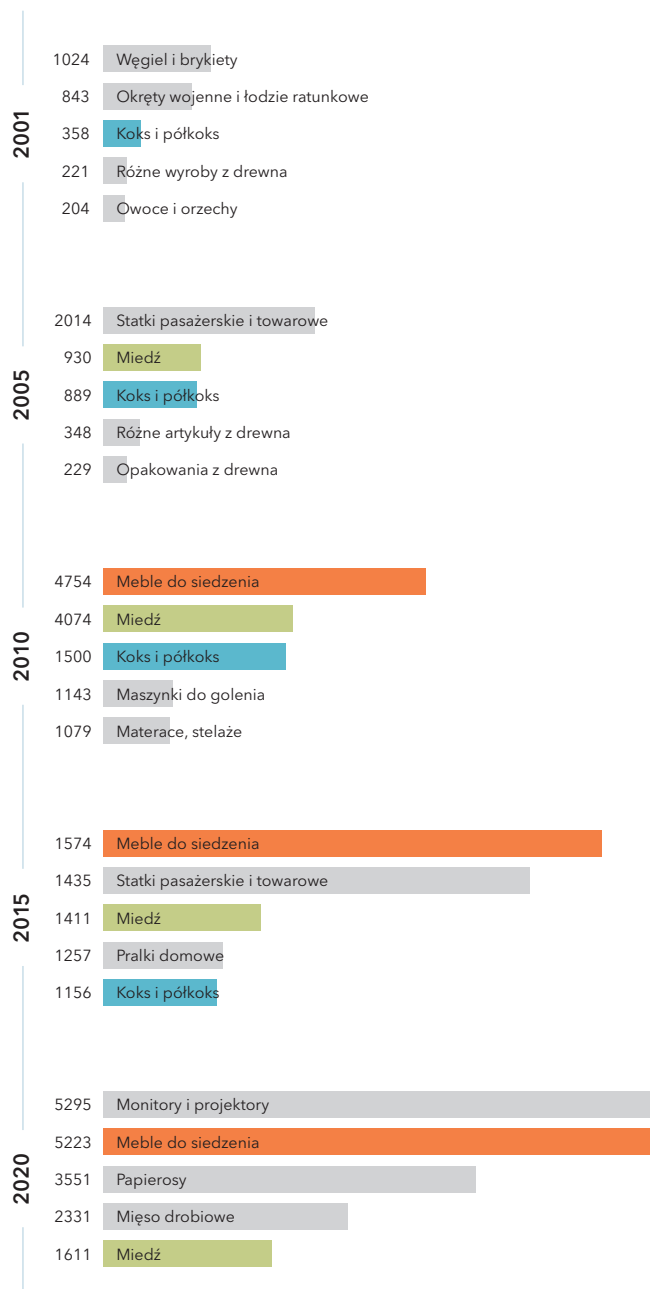
Na początku XXI wieku Polska była dużym eksporterem samochodów, teraz eksportuje głównie części.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 9. Towary, w których Polska jest liderem eksportu wśród krajów UE-28 (eksport w mln euro).

Na początku XXI wieku wyjątkową specjalnością Polski były surowce kopalne i rolne. Później kraj zaczął specjalizować się w wytwarzaniu towarów średnioprzetworzonych.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu



Mapa hitów eksportu - czego eksportujemy najczęściej

Prezentujemy listę 50 towarów, których eksport przekracza 1 miliard euro rocznie. Pokazujemy, jak zmieniało się miejsce tych towarów na liście największych produktów eksportowych oraz jak zmieniała się pozycja Polski na liście europejskich eksporterów w każdym z wymienionych produktów. Ta lista jest dość szczegółowym obrazem sytuacji w polskim sektorze przemysłowym. W kolejnym rozdziale zaś pokazujemy, na których rynkach Polska ma największy potencjał do rozwoju sprzedaży.

Wykres 10. Mapa hitów eksportowych - jak wygląda lista najważniejszych towarów oraz jak zmieniała się ich pozycja na tej liście od początku XXI wieku.

Towar	Kod CN	Eksport 2020, w mln euro	Miejsce 2020	Miejsce 2015	Miejsce 2010	Miejsce 2005	Miejsce 2001
Części i akcesoria do pojazdów silnikowych	8708	10 735	1	1	2	2	6
Monitory, projektory i aparatura odbiorcza	8528	5 295	2	4	3	8	8
Meble i ich części, różne	9401	5 223	3	3	4	4	3
Meble do siedzenia	9403	4 960	4	6	5	6	4
Samochody osobowe	8703	4 943	5	2	1	1	1
Akumulatory elektryczne	8507	4 633	6	67	66	89	93
Papierosy	2402	3 551	7	12	17	101	152
Samochody ciężarowe	8704	3 098	8	17	16	14	13
Aparatura do transmisji i odbioru głosu	8517	2 850	9	8	30	41	104
Drut, kable i pozostałe przewody izolowane	8544	2 622	10	10	7	7	10
Konstrukcje i różne elementy stalowe dla budownictwa	7308	2 527	11	14	15	12	11
Leki złożone z produktów zmieszanych lub niezmięszanych	3004	2 491	12	9	13	34	48
Mięso i podroby z drobiu	0207	2 331	13	15	26	30	68
Statki pasażerskie i towarowe, barki itp.	8901	2 166	14	5	10	5	5
Silniki turbodozrutowe, turbośmigłowe oraz inne turbiny gazowe	8411	2 128	15	16	24	103	87
Różne wyroby z tworzyw sztucznych	3926	2 057	16	21	22	28	33
Opony	4011	1 963	17	13	14	15	17
Silniki diesla	8408	1 842	18	11	6	3	2
Wyroby piekarnicze	1905	1 822	19	26	46	38	76
Czekolada i przetwory z czekolady	1806	1 821	20	19	31	56	40
Wirówki i suszarki	8421	1 716	21	69	67	80	112
Preparaty kosmetyczne do skóry	3304	1 713	22	30	20	39	73
Opakowania z tworzyw sztucznych	3923	1 644	23	23	27	26	29
Miedź	7403	1 611	24	18	8	11	14
Artykuły budowlane z tworzyw sztucznych	3925	1 588	25	34	41	62	135
Części do silników	8409	1 529	26	20	38	18	21
Sprzęt do gier towarzyskich, stołowych i salonowych	9504	1 494	27	76	409	457	450
Różne artykuły ze stali i żeliwa	7326	1 460	28	24	29	16	18
Urządzenia grzewcze, w tym suszarki do włosów	8516	1 421	29	33	42	23	52
Chłodziarki i zamrażarki	8418	1 399	30	29	49	42	78
Żywność dla zwierząt	2309	1 350	31	102	109	115	149
Pojazdy do transportu >9 osób	8702	1 293	32	39	21	25	99
Okapy, wentylatory, pompy	8414	1 286	33	40	53	165	157
Panele i inne urządzenia do sterowania energią elektryczną	8537	1 265	34	46	94	114	252
Transformatory elektryczne i ich części	8504	1 260	35	36	34	36	25
Artykuły z gumy innej niż ebonit	4016	1 242	36	25	37	32	49
Wyroby stolarskie i ciesielskie z drewna	4418	1 238	37	31	39	29	39
Pralki domowe	8450	1 237	38	27	23	40	50
Koks i półkoks	2704	1 237	39	28	9	13	19
Czynne preparaty do prania	3402	1 189	40	50	52	54	46
Armatura do rur, kotłów i zbiorników	8481	1 142	41	44	47	21	42
Urządzenia elektryczne do obwodów elektrycznych	8536	1 128	42	38	28	20	20
Lampy, reflektory, oprawy oświetleniowe, tablice i sygnalizatory świetlne	9405	1 123	43	54	107	76	47
Różne przetwory spożywcze	2106	1 107	44	47	51	60	81
Materace, stelaże, artykuły pościelowe	9404	1 092	45	32	35	46	69
Silniki spalinowe	8407	1 057	46	120	73	326	471
Zmywarki do naczyń i maszyny do napełniania, kapslowania, etykietowania	8422	1 050	47	41	43	59	193
Opakowania z papieru	4819	1 043	48	51	62	74	74
Płyty, arkusze, folie z tworzyw sztucznych niekomórkowych, nielaminowanych	3920	1 043	49	42	74	96	101
Przyczepy i naczepy	8716	1 032	50	53	71	48	58
Materiały drukowane	4901	1 025	51	57	180	125	222
Mięso z bydła, świeże lub schłodzone	0201	1 014	52	35	36	64	321

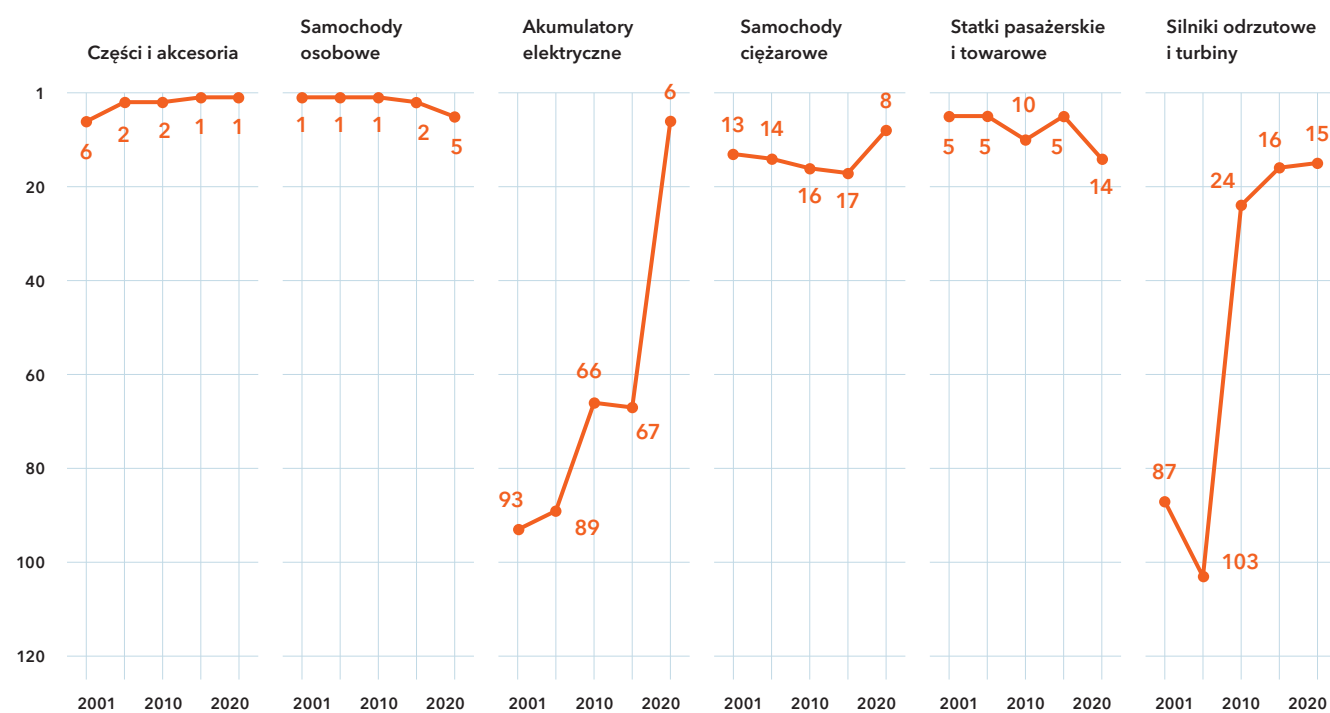
Źródło: Opracowanie SpotData, kuke, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 11. Jak zmieniła się pozycja towarów związanych z branżą produkcji żywności na liście hitów eksportowych w latach 2001-2020.



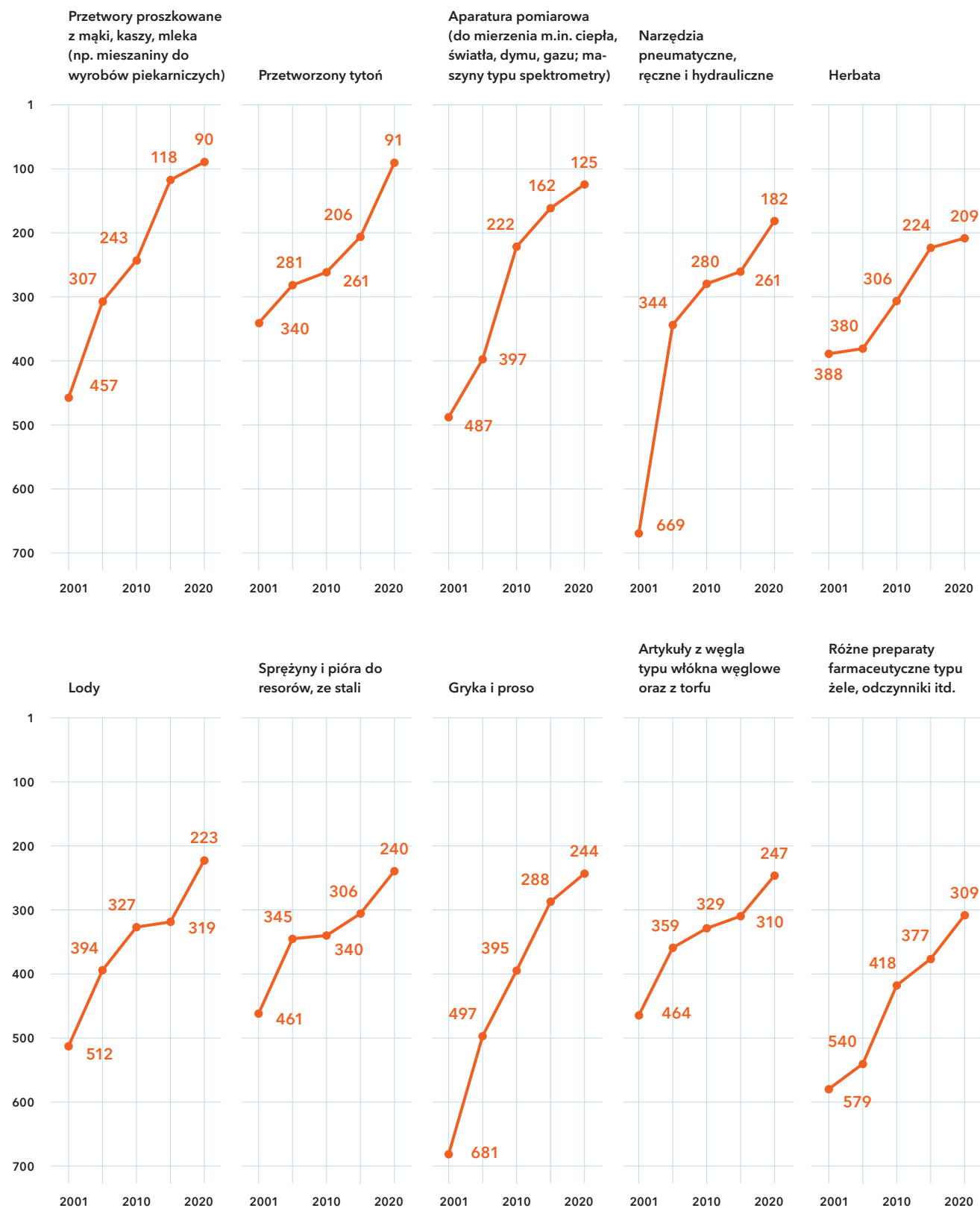
Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 12. Jak zmieniła się pozycja towarów związanych z branżą motoryzacji i transportu na liście hitów eksportowych w latach 2001-2020.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 13. Dziesięć towarów, które zaliczyły największy awans na liście hitów eksportowych (awans liczony za lata 2010-2020, pozycja pokazana od 2001 r.).



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

W polskim eksporcie dominuje kilka grup towarów.

Motoryzacja i sprzęt transportowy

Podobnie do większości krajów europejskich w polskim eksporcie dominują produkty z branży motoryzacyjnej. W przeciwieństwie jednak do krajów regionu przedsiębiorstwa w Polsce wyspecjalizowały się w produkcji i eksporcie części i akcesoriów samochodowych, a nie samochodów gotowych. O ile w 2001 roku wartość eksportu samochodów nieznacznie przewyższała eksport części, o tyle w 2020 roku zagraniczna sprzedaż części była o połowę większa od sprzedaży samochodów. W tym okresie eksport części zwiększył się dziewięciokrotnie, a eksport samochodów trzykrotnie. Od 2018 roku grupą towarową, która silnie zyskuje na znaczeniu w eksporcie i też jest bezpośrednio związana z branżą motoryzacyjną, są akumulatory. Po Niemczech Polska jest drugim największym eksporterem akumulatorów w Europie. Wysoko w zestawieniu najważniejszych towarów eksportowych z Polski znajdują się także samochody ciężarowe (6. miejsce w UE), silniki spalinowe (2. miejsce w UE), części do silników spalinowych (3. miejsce w UE), a także opony (4. miejsce w UE). Na liście hitów znajdują się też statki pasażerskie i towarowe, które nie mają jednak już takiego udziału w eksporcie ani miejsca na europejskim rynku jak w przeszłości. Tutaj tkwi prawdopodobnie duży potencjał do wykorzystania. Warto zwrócić natomiast uwagę na spektakularny wzrost eksportu silników odrzutowych oraz turbin. Jest to efekt ulokowania w Polsce produkcji przez amerykańskich wytwórców sprzętu lotniczego. Jest to też jedna z niewielu branż, w której związek Polski ze Stanami Zjednoczonymi są mocniejsze niż z Niemcami. Jest to zatem wskazówka, na jakiej branży powinna koncentrować się uwaga państwa, jeżeli polityka gospodarcza będzie chciała zmierzać do dywersyfikacji sprzedaży zagranicznej.

Meble

Obok motoryzacji wysoki udział w eksporcie towarów ogółem mają meble. Już zresztą w 2001 roku znajdowały się one w czołówce najważniejszych towarów eksportowych, odpowiadając za ok. 10% udziału w eksporcie tych towarów w UE ogółem (po Włoszech 27,6% i Niemczech 15,6%). Od 2009 roku jesteśmy nieprzerwanie europejskim liderem w eksporcie mebli do siedzenia z ponad 20% udziału w eksporcie ze wszystkich krajów UE. W latach 2001–2019 eksport polskich krzeseł i foteli wzrósł niemal czterokrotnie, a obecnie jest o blisko połowę większy od wartości eksportu z Niemiec, które po nas są drugim największym eksporterem tych towarów w UE. Polska jest także w ścisłej czołówce europejskich eksporterów innych rodzajów mebli: drugim największym eksporterem mebli lekarskich (m.in. stoły operacyjne, fotele dentystyczne) i trzecim największym eksporterem pozostałych kategorii mebli.

Żywność

Wysoko na liście hitów znajduje się kilka produktów spożywczych. Przede wszystkim są to papierosy, które w biznesie są klasyfikowane jako część sektora produkcji żywności (jakkolwiek dziwnie to brzmi, uwzględnianie papierosów w kategorii „żywność” jest powszechną praktyką na rynku). Polska jest europejskim liderem eksportu papierosów, mamy ponad 1/3 udziału w eksporcie papierosów ogółem w całej UE. Powstaje pytanie, co się stanie, gdy polityki publiczne osiągną sukces w redukcji uzależnienia od papierosów? Hitem eksportowym jest także drób, którego obecnie jesteśmy największym eksporterem w UE. W okresie ostatnich dwóch dekad producenci drobiu w Polsce konsekwentnie zwiększali sprzedaż za granicę: w 2001 roku byliśmy dziewiątym eksporterem, mając zaledwie 2,5% udziału w europejskim eksporcie drobiu, ale już w 2010 roku awansowaliśmy na czwartą pozycję, kontrolując 11% rynku, a od 2019 roku jesteśmy liderem z 26% udziału. Dość wysoko na liście są również producenci wyrobów piekarniczych, wśród których ważną pozycją jest mrożone pieczywo, wyjeżdżające masowo z Polski do europejskich sieci handlowych. Kolejne miejsce na liście zajmują wyroby czekoladowe.

Materiały budowlane

W latach 2001–2020 Polska odnotowała spektakularny wzrost eksportu artykułów budowlanych z tworzyw sztucznych (wzrost z 0,07 do 1,5 mld dolarów). W 2002 roku polscy producenci tych towarów nie byli nawet w pierwszej dziesiątce eksporterów w UE, ale już w 2006 roku awansowaliśmy na drugą pozycję z 10% udziału w całkowitym eksporcie tych artykułów w UE. W 2010 roku udział artykułów budowlanych z tworzyw sztucznych w unijnym eksporcie ogółem wzrósł do 15%, w 2016 do 20%, a w 2020 do 26%, dając nam pierwszą pozycję w UE (przed Niemcami). Wysoką pozycję w polskim eksporcie mają także elementy konstrukcyjne (m.in. okna, dachy), w których przypadku jesteśmy drugim największym eksporterem w UE z 14% udziału w unijnym eksporcie ogółem. Jesteśmy także drugim eksporterem przewodów elektrycznych w UE z 8,5% udziału w unijnym rynku. W UE jesteśmy także liderem w eksporcie grzejników centralnego ogrzewania (17% udziału w rynku).

Sprzęt AGD

Choć w skali wartości polskiego eksportu ogółem sprzęt AGD nie zajmuje wysokiej pozycji, jednak jest to obszar, w którym Polska jest europejskim liderem. W 2020 roku eksportowaliśmy najwięcej pralek w UE, wyprzedzając Niemcy i Włochy, które jeszcze dekadę temu były europejskimi czempionami.

Surowce

Pomimo rosnącej liczby towarów przetworzonych na liście eksportowych hitów Polska wciąż jest kluczowym eksporterem wybranych surowców. Historycznie od początku stulecia jesteśmy największym eksporterem miedzi w UE.

Powyższa analiza pokazuje, że w ostatnich dwóch dekadach Polska wyspecjalizowała się w eksporcie części motoryzacyjnych, mebli, niektórych materiałów budowlanych oraz drobiu.

W tych produktach większość stanowią towary mało zaawansowane technologicznie. Części i akcesoria motoryzacyjne są zazwyczaj tańsze i jest w nich mniejsza wartość dodana niż w produktach gotowych. Z kolei produkty gotowe, takie jak meble, materiały budowlane czy papierosy, też nie są towarami, które zawierają wysoką wartość dodaną. W strukturze polskiego eksportu można jednak wskazać przykłady towarów, które są zaawansowane technologicznie. Należą do nich silniki samochodowe, akumulatory, pralki, lecz również specjalistyczne meble medyczne.

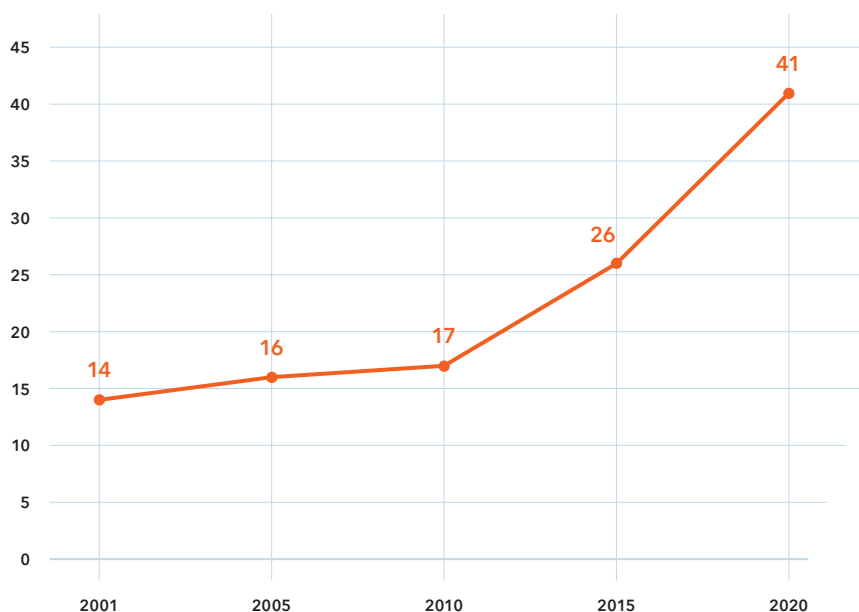
Lista hitów - w czym się specjalizujemy

W 2001 roku Polska była europejskim liderem eksportu w 13 grupach towarowych, ale już w 2020 roku przodowaliśmy w 41 grupach towarów. Szczególnie szybki wzrost Polski w tym rankingu nastąpił po globalnym kryzysie finansowym w 2008 roku, który skłonił wiele przedsiębiorstw z zagranicy do poszukiwania tańszych dostawców w nowych krajach człon-

kowskich. W efekcie nastąpiła większa koncentracja produkcji, a Polska zaczęła przejmować dominującą rolę w niektórych dziedzinach. Ta specjalizacja eksportowa w Polsce miała głębszy wymiar niż w pozostałych krajach w regionie: w 2020 roku. Czechy były liderem eksportu jedynie w 11 grupach towarowych (wobec czterech w 2001 roku), a Węgry i Słowacja tylko w jednej grupie. Dla porównania w 2020 roku Niemcy byli europejskim liderem eksportu w ponad 550 grupach towarowych (513 w 2001 roku).

Wykres 14. Liczba towarów, w których Polska jest europejskim liderem eksportu.

Szczególnie istotna zmiana w pozycji Polski na europejskich rynkach nastąpiła po kryzysie finansowym z lat 2008-2009.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

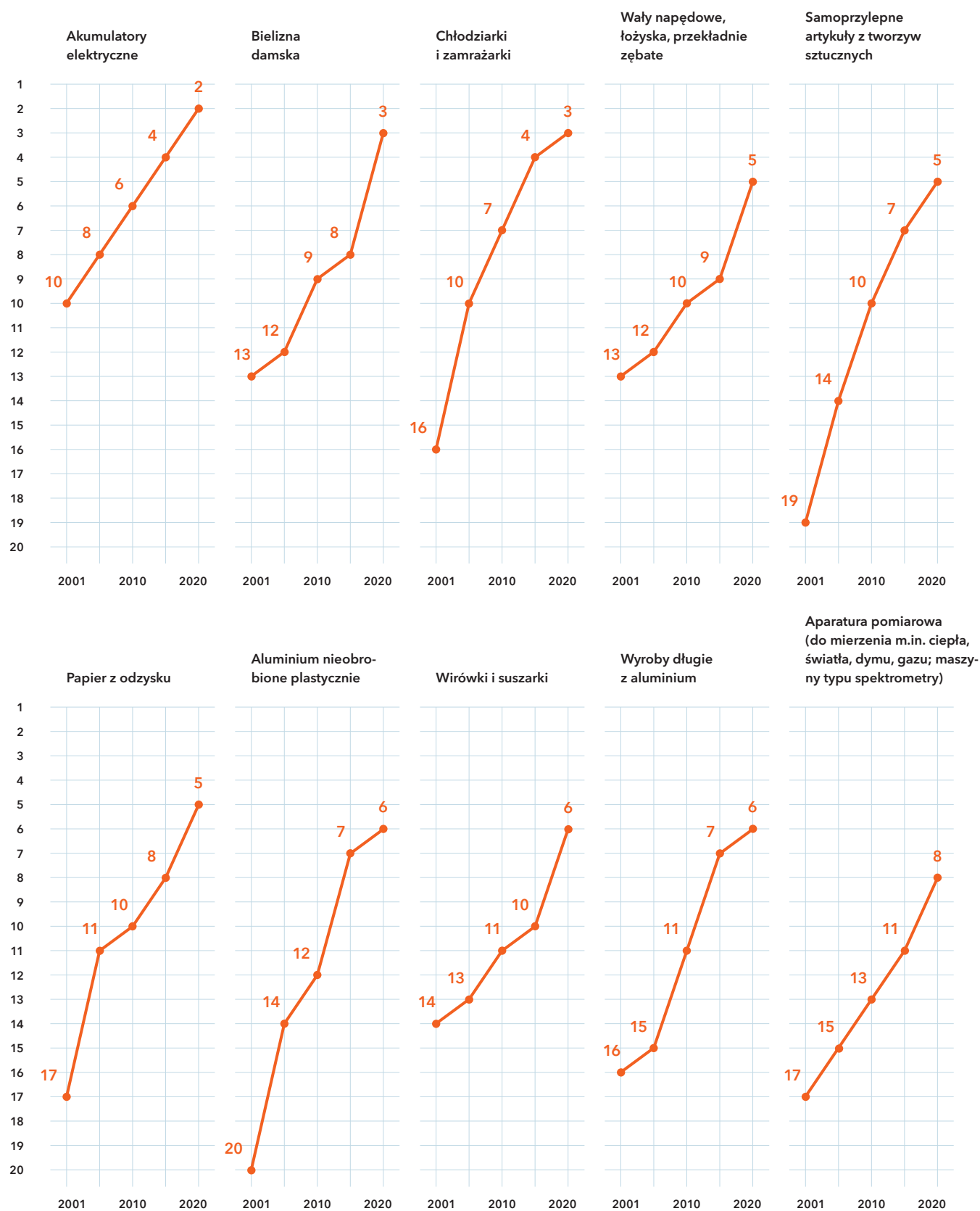


Wykres 15. Mapa specjalizacji eksportowych - jakie jest miejsce Polski na liście europejskich eksporterów (wśród krajów UE-28) i jak zmieniło się w czasie w przypadku największych polskich towarów eksportowych.

Towar	Kod CN	Eksport 2020, w mln EUR	Miejsce 2020	Miejsce 2015	Miejsce 2010	Miejsce 2005	Miejsce 2001
Części i akcesoria do pojazdów silnikowych	8708	10 735	5	5	6	9	11
Monitory, projektory i aparatura odbiorcza	8528	5 295	1	2	2	4	4
Meble i ich części, różne	9401	5 223	1	1	1	2	3
Meble do siedzenia	9403	4 960	3	3	3	3	5
Samochody osobowe	8703	4 943	12	10	8	10	13
Akumulatory elektryczne	8507	4 633	2	4	6	8	10
Papierosy	2402	3 551	1	2	3	8	14
Samochody ciężarowe	8704	3 098	6	8	9	9	9
Aparatura do transmisji i odbioru głosu	8517	2 850	10	9	15	11	18
Drut, kable i pozostałe przewody izolowane	8544	2 622	3	5	4	2	6
Konstrukcje i różne elementy stalowe dla budownictwa	7308	2 527	2	2	2	2	5
Leki złożone z produktów zmieszanych lub niezmięszanych	3004	2 491	14	13	14	16	18
Mięso i podroby z drobiu	207	2 331	1	2	4	5	9
Statki pasażerskie i towarowe, barki itp.	8901	2 166	3	1	3	1	5
Silniki turbodozrutowe, turbośmigłowe oraz inne turbiny gazowe	8411	2 128	6	6	7	10	11
Różne wyroby z tworzyw sztucznych	3926	2 057	5	5	7	12	12
Opony	4011	1 963	4	5	6	8	9
Silniki diesla	8408	1 842	2	8	4	3	2
Wyroby piekarnicze	1905	1 822	6	6	7	8	12
Czekolada i przetwory z czekolady	1806	1 821	4	5	6	8	9
Wirówki i suszarki	8421	1 716	6	10	11	13	14
Preparaty kosmetyczne do skóry	3304	1 713	3	5	5	7	9
Opakowania z tworzyw sztucznych	3923	1 644	5	4	7	9	12
Miedź	7403	1 611	1	1	1	1	3
Artykuły budowlane z tworzyw sztucznych	3925	1 588	1	2	2	4	11
Części do silników	8409	1 529	3	6	8	9	9
Sprzęt do gier towarzyskich, stołowych i salonowych	9504	1 494	3	4	16	16	18
Różne artykuły ze stali i żeliwa	7326	1 460	4	5	7	5	8
Urządzenia grzewcze, w tym suszarki do włosów	8516	1 421	3	4	4	5	12
Chłodziarki i zamrażarki	8418	1 399	3	4	7	10	16
Żywność dla zwierząt	2309	1 350	5	11	10	12	13
Pojazdy do transportu >9 osób	8702	1 293	1	2	2	2	8
Okapy, wentylatory, pompy	8414	1 286	6	10	10	18	18
Panele i inne urządzenia do sterowania energią elektryczną	8537	1 265	6	8	10	11	16
Transformatory elektryczne i ich części	8504	1 260	7	8	11	10	13
Artykuły z gumy innej niż ebonit	4016	1 242	2	2	4	6	10
Wyroby stolarskie i ciesielskie z drewna	4418	1 238	2	3	3	5	8
Pralki domowe	8450	1 237	1	1	3	4	6
Koks i półkoks	2704	1 237	1	1	1	1	1
Czynne preparaty do prania	3402	1 189	6	8	9	9	10
Armatura do rur, kotłów i zbiorników	8481	1 142	7	10	12	8	13
Urządzenia elektryczne do obwodów elektrycznych	8536	1 128	8	9	8	11	13
Lampy, reflektory, oprawy oświetleniowe, tablice i sygnalizatory świetlne	9405	1 123	3	7	10	11	11
Różne przetwory spożywcze	2106	1 107	5	8	8	9	10
Materace, stelaże, artykuły pościelowe	9404	1 092	1	1	1	2	6
Silniki spalinowe	8407	1 057	5	9	8	13	13
Zmywarki do naczyń i maszyny do napełniania, kapslowania, etykietowania	8422	1 050	3	3	4	8	14
Opakowania z papieru	4819	1 043	4	4	7	9	12
Płyty, arkusze, folie z tworzyw sztucznych niekomórkowych, nielaminowanych	3920	1 043	6	8	10	14	18
Przyczepy i naczepy	8716	1 032	3	3	7	9	10
Materiały drukowane	4901	1 025	2	3	9	9	16
Mięso z bydła, świeże lub schłodzone	201	1 014	3	4	5	7	11

Źródło: Opracowanie SpotData, kuke, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 16. 10 towarów, w których przypadku pozycja Polski na liście największych europejskich eksporterów zaliczyła największy wzrost.



Źródło: Opracowanie SpotData, kuke, na podstawie danych Eurostatu

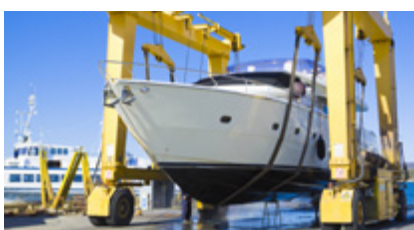
Wykres 17. Towary, w których Polska była liderem oraz te, w których jest liderem dziś.

2001

1. węgiel



2. statki pasażerskie



3. koks i półkoks

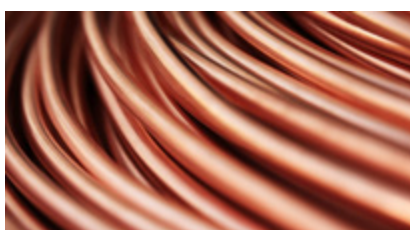


2010

1. meble



2. miedź



3. koks i półkoks



2020

1. monitory



2. meble



3. papierosy



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Lista towarów, w których Polska się specjalizuje, zawiera generalnie podobne pozycje, co opisana już lista największych pozycji eksportowych. Dokonałiśmy jednak analizy, które towary na dalszych miejscach doznały największego awansu – to znaczy, w których grupach pozycja Polski wzrosła najmocniej w ostatniej dekadzie. Taka analiza pozwala ujawniać nowe obszary specjalizacji.

Jak widać na wykresie 13., wśród 10 takich produktów znajdują się: akumulatory elektryczne, bielizna damska, chłodziarki i zamrażarki, wały napędowe, łóżyska i przekładnie zębate, samoprzylepne artykuły

z tworzyw sztucznych, papier z odzysku, aluminium nieobrobione plastycznie, wirówki i suszarki, wyroby długie z aluminium, aparatura pomiarowa (do mierzenia m.in. ciepła, światła, dymu, gazu; maszyny typu spektrometry).

Czy na tej liście można dostrzec jakieś istotne trendy strukturalne? Jak najbardziej. Przede wszystkim rośnie znaczenie towarów produkowanych ze stali, tworzyw sztucznych i papieru. Są to relatywnie proste wyroby, średnioprzetworzone. W tych dziedzinach Polska osiąga przewagi konkurencyjne i powinna szukać swoich szans w przyszłości.



Wnioski na przyszłość - gdzie tkwią największe szanse rozwoju

Polska jest tak silnie powiązana z Niemcami, że tempo wzrostu polskiego eksportu jest bardzo mocno zależne od tempa wzrostu eksportu zachodniego sąsiada. W ciągu ostatnich 30 lat relacja eksportu per capita Polski i Niemiec rosła w niemal liniowy sposób - od 12 proc. w 1995 roku do 42 proc. w 2020 roku, czyli o ok. 1,2 pkt proc. rocznie. To oznacza, że jeżeli niemiecki eksport wzrośnie w ciągu dekady o 30 proc. (tyle, ile w ostatniej dekadzie - jest to jak najbardziej możliwe), to polski eksport powinien zwiększyć się o ok. 65 proc. (wobec 100 proc. w ostatniej dekadzie). Na taki sam potencjał wskazywałaby analiza oparta na udziale eksportu w polskim PKB. Jeżeli gospodarka będzie rosła w tempie ok. 5,5 proc. rocznie, licząc w euro, a eksport utrzyma się na poziomie 43 proc. PKB, to wzrost sprzedaży zagranicznej w ciągu 10 lat powinien wynieść ok. 70 proc. Przed eksportarami kształtują się zatem całkiem optymistyczne perspektywy.

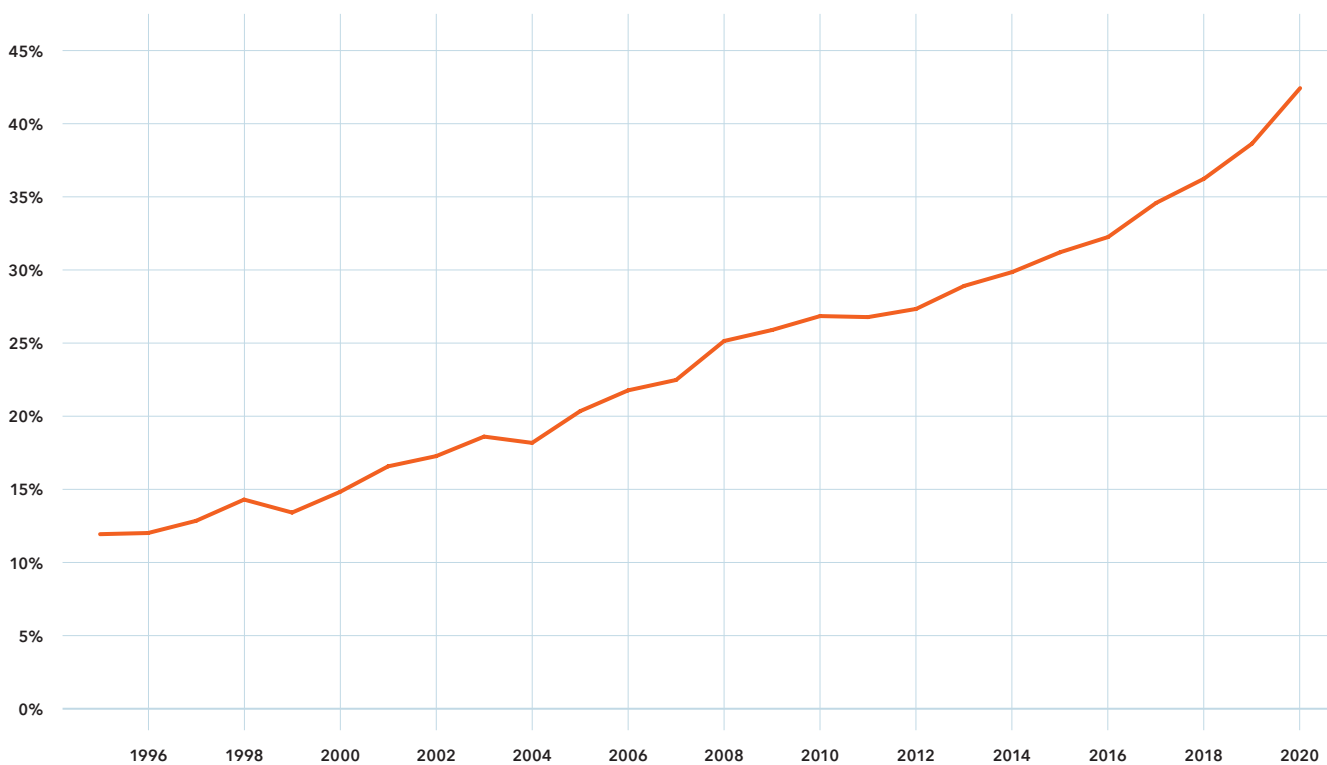
Biorąc pod uwagę dotychczasowe trendy eksportowe w Polsce, w tym dokonującą się specjalizację, ale także listę towarów, w których przypadku sprzedaż z krajów UE rośnie najszybciej, można wskazać grupy towarów o najwyższym potencjale wzrostu eksportu w najbliższych latach. Jest kilka obszarów, w których Polska ma szansę na zwiększenie sprzedaży zagranicznej.

- **Po pierwsze**, dotychczasowa integracja krajowych przedsiębiorstw w regionalnych łańcuchach dostaw w branży motoryzacyjnej daje duże szanse na włączenie się także do łańcuchów globalnych. Potencjał do dokonania takiego skoku na wyższy poziom integracji jest możliwy przede wszystkim przez dokonującą się rewolucję automobilności i znaczącą pozycję krajowych przedsiębiorstw w produkcji części i akcesoriów samochodowych oraz akumulatorów. Szczególnie istotne szanse mogą otwierać się przed producentami tych części, które mogą być wykorzystywane w autach zarówno elektrycznych, jak i spalinowych. Ważnym obszarem specjalizacji mogą być części z tworzyw sztucznych, ponieważ udział tworzyw w autach elektrycznych jest wyższy niż w autach tradycyjnych.
- **Po drugie**, warto pogłębiać już widoczną specjalizację krajowej produkcji i eksportu towarów nisko- i półprzetworzonych ze stali, drewna i tworzyw sztucznych. W tych obszarach krajowe przedsiębiorstwa powinny inwestować w automatyzację produkcji i budowanie efektów skali, co będzie przyczyniało się do wzrostu wydajności i większej konkurencyjności tych towarów na rynkach zagranicznych. Dobre perspektywy kształtują się m.in. przed producentami materiałów budowlanych, elementów stalowych dla przemysłu i budownictwa, opakowań itp.
- **Po trzecie**, silna pozycja krajowych producentów żywności daje spore szanse na zdobywanie coraz dalszych rynków eksportowych, nie tylko w UE, ale także w krajach azjatyckich. Tym bardziej że - jak pokazujemy w kolejnym rozdziale - eksport żywności jest już bardziej zdywersyfikowany niż eksport innych towarów. Polska powinna podążać śladem Danii i Holandii, które potęgę eksportową zbudowały m.in. na wydajnym sektorze rolno-spożywczym.



Wykres 18. Eksport per capita Polski w relacji do analogicznej wartości dla Niemiec (liczone na podstawie danych w euro), w proc.

Wydajność polskiego sektora eksportowego rośnie niemal liniowo w relacji do wydajności sektora niemieckiego. Jeżeli ta relacja się utrzyma, to w ciągu dekady eksport Polski będzie o ok. 60-70 proc. wyższy niż obecnie.



Źródło: Opracowanie SpotData, kUKE, na podstawie danych Eurostatu

Kierunki geograficzne polskiego eksportu

Gdzie sprzedajemy nasze hity, gdzie możemy je sprzedawać

Listę hitów eksportowych zaprezentowaną w poprzednim rozdziale prezentujemy w rozbiciu geograficznym, pokazując, jacy są najważniejsi partnerzy handlowi Polski oraz które kierunki mogą być potencjalnie istotne.

Kilka zjawisk jest wartych podkreślenia. Przede wszystkim w prawie wszystkich grupach towarowych najważniejszym partnerem handlowym Polski są Niemcy, z udziałem przekraczającym wielokrotnie udziały kolejnego na liście kraju. Ale jest jeden wyjątek od tej reguły – silniki odrzutowe i turbiny. W tej grupie największymi rynkami zbytu są Stany Zjednoczone, Kanada i Chiny. Innym wyjątkiem są statki, ale w tym przypadku istotne znaczenie odgrywa specyfika eksportu – przy sprzedaży statku często nie deklaruje się kraju docelowego.

Największa koncentracja sprzedaży na kierunku niemieckim występuje w szeroko pojętej branży motoryzacyjnej. Jest to efekt lokowania przez niemieckie koncerny produkcji lub zamówień w Polsce.

Mniejsza od średniej koncentracja na dominującym partnerze występuje zaś w sektorze spożywczym. W przypadku mięsa, czekolady czy wyrobów piekarniczych udział Niemiec nie przekracza 25 proc. (średnio dla całego eksportu wynosi 29 proc.), a wysoko na liście partnerów znajdują się kraje nienależące do Unii Europejskiej, takie jak Rosja czy USA. Warto też zauważyć, że w przypadku mięsa i wyrobów piekarniczych Polska sprzedaje na więcej rynków niż Niemcy – jest to wyjątek, bo zwykle Niemcy pokrywają znacznie większą część świata niż Polska.

Największa dywersyfikacja sprzedaży zagranicznej występuje w eksporcie kosmetyków, czyli w branży zdominowanej przez małe i średnie polskie przedsiębiorstwa. Kosmetyków sprzedaje się dużo m.in. do Kazachstanu czy Rosji. Jest to jedna z niewielu dużych polskich branż, w których polskie przedsiębiorstwa posiadają utarte szlaki ekspansji na całym świecie.

Wykres 19. Dokąd Polska wysła swoje hity eksportowe i na których rynkach popyt na te towary rośnie najszybciej.

Towar	Kod CN	Liczba towarów, których eksportuje Polska		Liczba towarów, do których eksportuje Niemcy		Najważniejsi partnerzy handlowi Polski										Rynki o największym potencjale (najszybciej rosnące)					
						Kraj 1	Udział	Kraj 2	Udział	Kraj 3	Udział	Kraj 4	Udział	Kraj 5	Udział	Rynek 1	Dynamika	Rynek 2	Dynamika	Rynek 3	Dynamika
Części i akcesoria do pojazdów silnikowych	8708	62	107	Niemcy	32,9	Czechy	9,1	Słowacja	7,6	Hiszpania	5,3	Włochy	5,3	Maroko	13,2	Finlandia	10,8	Węgry	10,0		
Monitory, projektory i aparatura odbiorcza	8528	40	62	Niemcy	21,8	Wielka Brytania	13,6	Francja	8,0	Holandia	7,0	Włochy	6,7	Wielka Brytania	-0,4	Niemcy	-0,8	Szwecja	-1,1		
Mebel i ich części, różne	9401	56	68	Niemcy	37,7	Czechy	10,9	Holandia	8,1	Wielka Brytania	6,0	Francja	5,8	Czechy	8,9	Holandia	4,2	Niemcy	2,9		
Mebel do siedzenia	9403	59	86	Niemcy	34,0	Francja	6,5	Wielka Brytania	5,6	USA	5,3	Szwecja	4,2	USA	6,3	Niemcy	5,4	Holandia	3,5		
Samochody osobowe	8703	59	144	Niemcy	34,3	Włochy	12,4	Francja	7,7	Ukraina	4,8	Wielka Brytania	4,7	Egipt	18,3	Korea Południowa	15,1	Dania	8,5		
Akumulatory elektryczne	8507	49	80	Niemcy	41,0	Francja	16,1	Belgia	10,4	Szwecja	5,7	Austria	5,6	USA	20,5	Niemcy	19,7	Belgia	15,1		
Papierosy	2402	40	61	Niemcy	34,2	Włochy	9,8	Holandia	8,6	Wielka Brytania	6,5	Belgia	4,9	Niemcy	13,7	Włochy	-1,9				
Samochody ciężarowe	8704	57	106	Niemcy	30,2	Wielka Brytania	8,5	Francja	7,2	Holandia	5,7	Szwecja	4,8	Hiszpania	5,9	Polska	5,8	Niemcy	5,6		
Aparatura do transmisji i odbioru głosu	8517	56	93	Niemcy	38,4	Szwecja	12,0	Holandia	6,2	Wielka Brytania	5,8	Francja	4,4	Słowacja	17,9	Czechy	14,5	Węgry	13,0		
Drut, kable i pozostałe przewody izolowane	8544	59	89	Niemcy	31,5	Wielka Brytania	7,8	Czechy	6,0	Szwecja	5,0	Rumunia	4,6	Polska	5,4	Holandia	5,3	Czechy	5,3		
Konstrukcje i różne elementy stalowe dla budownictwa	7308	55	84	Niemcy	34,3	Norwegia	6,8	Holandia	5,5	Szwecja	5,3	Francja	4,9	Niemcy	4,7	Francja	4,2	Holandia	4,2		
Leki złożone z produktów zmieszanych lub niez mieszanych	3004	62	128	Niemcy	21,4	Rosja	10,6	Czechy	5,7	Francja	5,6	Ukraina	4,3	Chiny	15,3	Szwajcaria	10,3	Tajwan	9,5		
Mięso i podroby z drobiu	0207	55	30	Niemcy	22,0	Wielka Brytania	12,8	Francja	8,4	Holandia	7,4	Czechy	6,2	Niemcy	4,4	Francja	4,3	Wielka Brytania	2,7		
Statki pasażerskie i towarowe, barki itp.	8901	29	32	Niesprecyzowane kraje	24,6	Niemcy	10,4	Bahamy	8,4	Norwegia	6,6	Cypr	5,4	USA	3,0	Wielka Brytania	0,9				
Silniki turbodrzutowe, turbośmigłowe oraz inne turbiny gazowe	8411	41	82	USA	41,2	Kanada	15,9	Chiny	10,2	Francja	4,6	Niemcy	4,2	Chiny	4,4	Wielka Brytania	1,3	Niemcy	1,2		
Różne wyroby z tworzyw sztucznych	3926	53	102	Niemcy	31,6	Czechy	8,6	Francja	6,2	Słowacja	5,1	Holandia	4,6	Chiny	11,1	USA	6,4	Polska	6,4		
Opony	4011	61	69	Niemcy	24,9	Francja	10,8	Włochy	6,7	Hiszpania	5,5	Rumunia	4,3	USA	5,2	Niemcy	1,3	Holandia	1,0		
Silniki diesla	8408	14	68	Niemcy	54,3	Czechy	24,1	Turcja	10,7	Hiszpania	4,1	Portugalia	3,4	USA	-0,6	Niemcy	-3,1	Hiszpania	-5,5		
Wyroby piekarnicze	1905	64	62	Niemcy	25,4	Wielka Brytania	10,5	Czechy	6,6	Rosja	6,0	Francja	5,5	Wielka Brytania	7,1	Niemcy	6,2	Francja	4,4		
Czekolada i przetwory z czekolady	1806	60	90	Niemcy	23,0	Wielka Brytania	15,9	Francja	6,8	Holandia	4,6	USA	4,0	Niemcy	5,9	Wielka Brytania	5,6	Holandia	5,5		
Wirówki i suszarki	8421	58	127	Niemcy	34,3	Rumunia	7,9	Rosja	5,0	Hiszpania	4,8	Włochy	4,0	Chiny	8,9	Polska	8,1	Niemcy	7,2		
Preparaty kosmetyczne do skóry	3304	69	86	Niemcy	17,7	Kazachstan	11,7	Czechy	8,8	Rosja	8,2	Belgia	8,1	Chiny	23,2	Singapur	14,4	USA	5,5		
Opakowania z tworzyw sztucznych	3923	55	71	Niemcy	26,3	Francja	9,9	Holandia	6,8	Czechy	6,1	Wielka Brytania	4,8	Niemcy	4,3	Belgia	3,4	Holandia	3,1		
Miedź	7403	16	32	Niemcy	35,2	Chiny	30,8	Włochy	15,2	Francja	8,7	Tajwan	2,9	Włochy	9,0	Chiny	7,5	Niemcy	-0,3		
Artykuły budowlane z tworzyw sztucznych	3925	41	52	Niemcy	36,0	Francja	10,8	Włochy	8,6	Belgia	5,9	Czechy	5,3	Niemcy	8,0						
Części do silników	8409	39	107	Niemcy	35,5	Węgry	11,4	Francja	7,6	Wielka Brytania	5,4	Belgia	4,7	Chiny	4,9	Niemcy	2,8	Polska	1,9		
Sprzęt do gier towarzyskich, stołowych i salonowych	9504	26	40	Niemcy	42,5	Szwecja	8,7	Wielka Brytania	6,7	Czechy	6,4	Hiszpania	6,0	Polska	29,2	Francja	-0,4	Niemcy	-0,9		
Różne artykuły ze stali i żelwa	7326	53	83	Niemcy	38,8	Holandia	6,3	Szwecja	6,0	Francja	5,6	Czechy	3,5	USA	7,9	Niemcy	3,8	Francja	2,1		
Urządzenia grzewcze, w tym suszarki do włosów	8516	45	69	Niemcy	26,6	Wielka Brytania	9,3	Francja	7,4	Rosja	7,1	Szwecja	6,4	Niemcy	7,9	Francja	3,5				
Chłodziarki i zamrażarki	8418	51	74	Niemcy	26,3	Francja	9,2	Włochy	7,9	Wielka Brytania	5,3	Czechy	4,6	Niemcy	4,9	Francja	1,5				

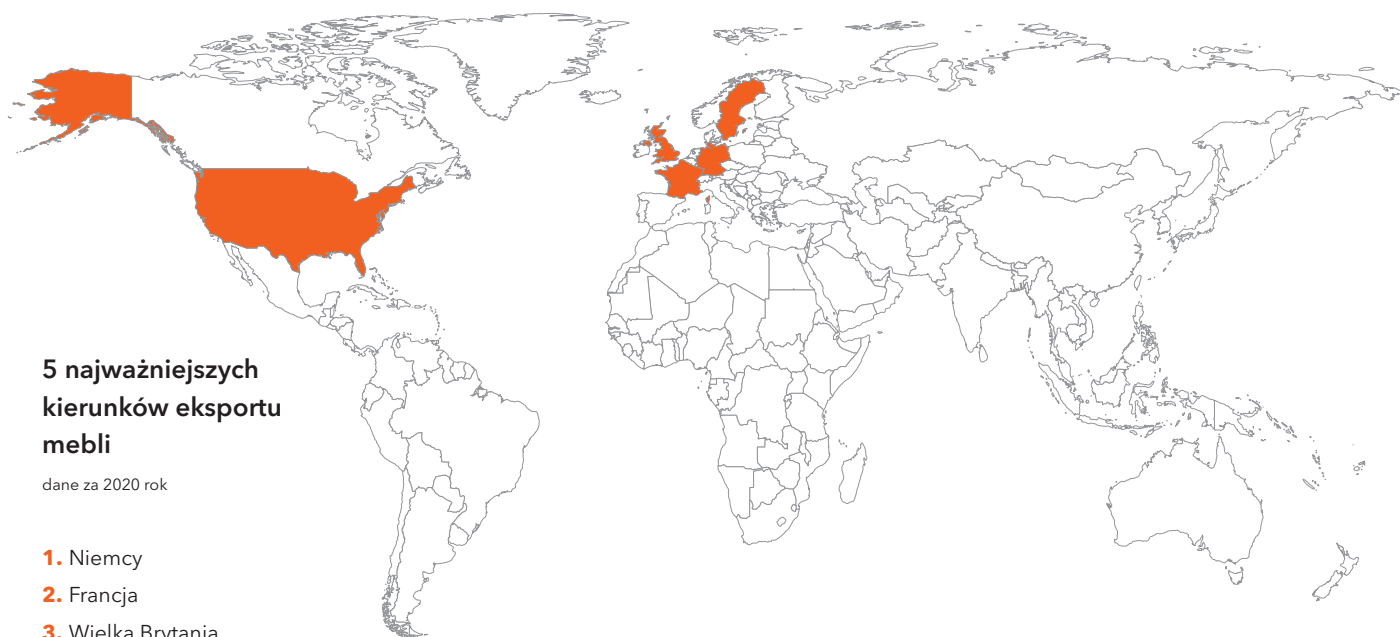
Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Eurostatu

Wykres 20. Główne kierunki wysyłania wybranych hitów eksportowych.

Niemcy są na pierwszym miejscu w niemal każdej kategorii. Ale widać różnice w strukturze geograficznej, w zależności od rodzaju towaru. W motoryzacji handel jest skupiony wokół fabryk w Europie Środkowej. Mebli sprzedajemy sporo poza UE, w tym do USA. Z kolei dużo kosmetyków eksportuje się na wschód - do Rosji i Kazachstanu.



1. Niemcy
2. Czechy
3. Słowacja
4. Hiszpania
5. Włochy



1. Niemcy
2. Francja
3. Wielka Brytania
4. USA
5. Szwecja



5 najważniejszych kierunków eksportu drobiu

dane za 2020 rok

1. Niemcy
2. Wielka Brytania
3. Francja
4. Holandia
5. Czechy



5 najważniejszych kierunków eksportu kosmetyków

dane za 2020 rok

1. Niemcy
2. Kazachstan
3. Czechy
4. Rosja
5. Belgia

Źródło: Puls Biznesu na podstawie danych gus

Długookresowe trendy w strukturze geograficznej sprzedaży

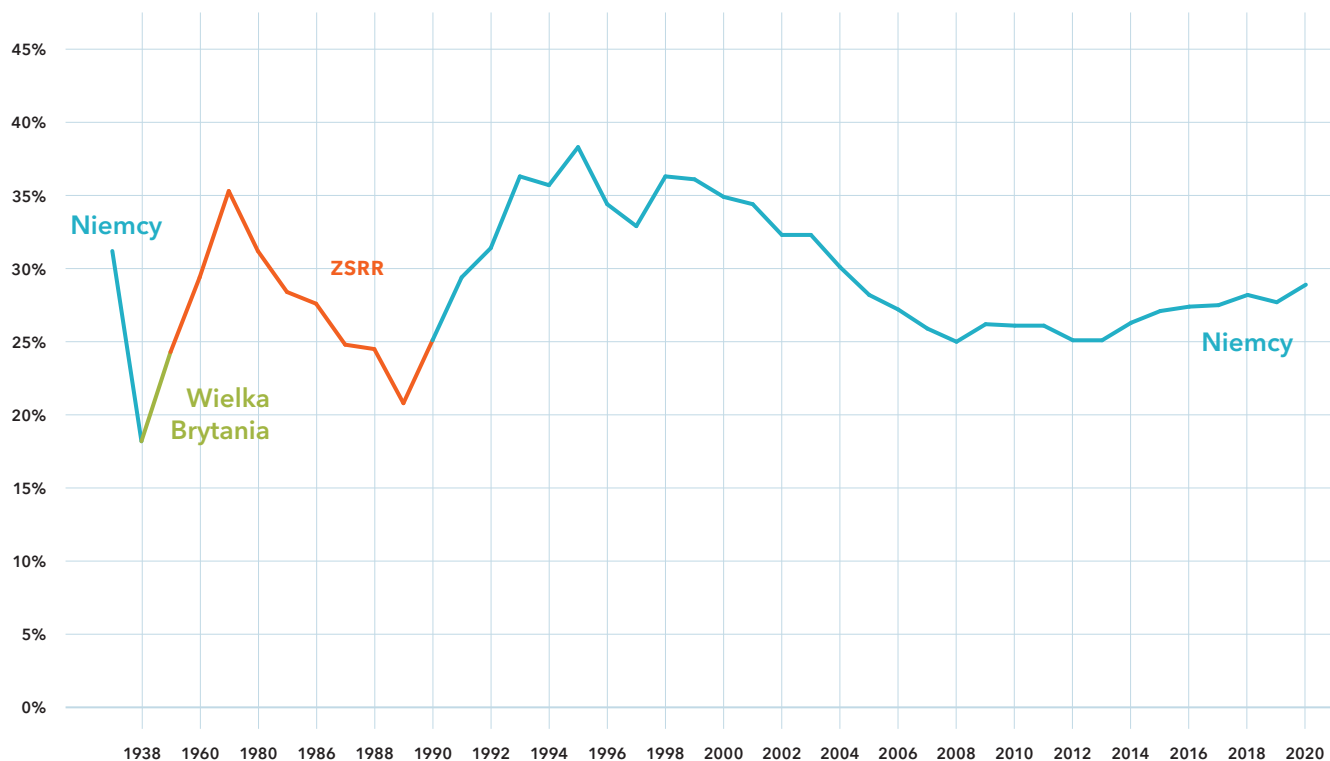
Polska zawsze była krajem o wysokim stopniu uzależnienia od dużego partnera handlowego. W 1929 roku Niemcy miały 32 proc. udziału w polskim eksporcie, a w 2020 roku miały 29 proc. Po niemal 100 latach nic się nie zmieniło. W ostatnich 20 latach widać trend większej dywersyfikacji, który może być kontynuowany w miarę umacniania światowej gospodarki, ale w ostatnim okresie Niemcy ponownie odzyskują udziały w polskim eksporcie.

Duże uzależnienie od jednego partnera handlowego jest charakterystyczne dla wielu rynków wschodzących. W regionie CEE większość krajów ma podobny udział sprzedaży towarów do Niemiec, co Polska. Co więcej, takie kraje jak Tajwan czy Korea Południowa, które pod względem rozwoju są krok przed Polską, również są mocno uzależnione od jednego partnera (Chin). Wysoka dywersyfikacja eksportu to cecha państw najbardziej rozwiniętych.



Wykres 21. Udział głównego partnera handlowego w polskim eksporcie.

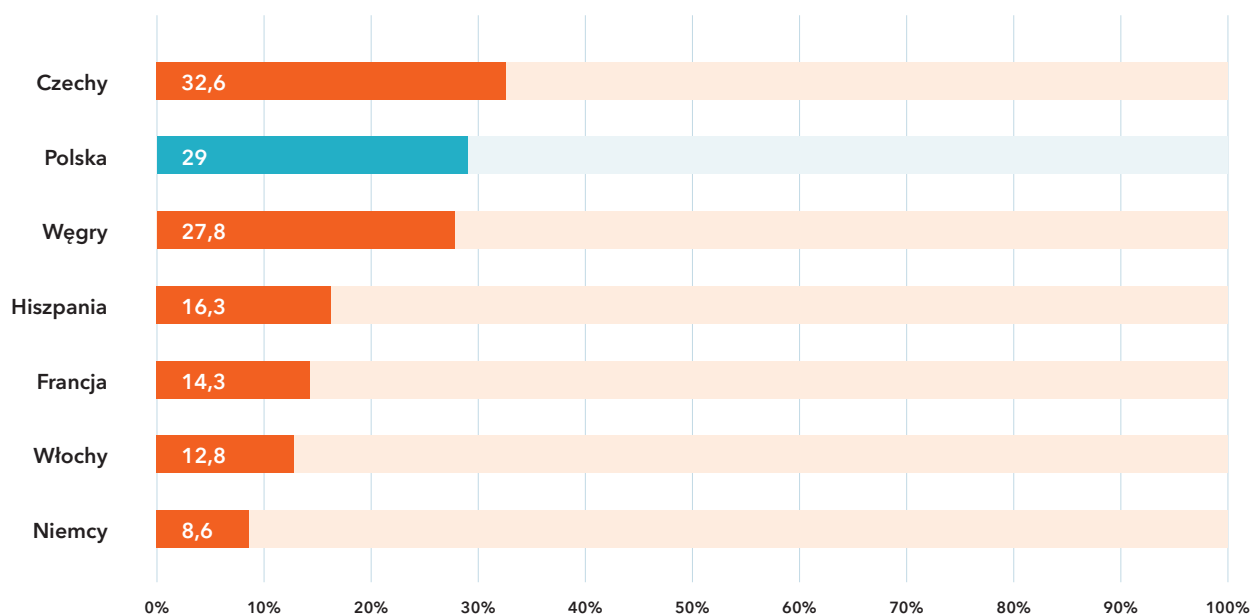
Polska zawsze była mocno uzależniona od jednego partnera.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych GUS

Wykres 22. Udział głównego partnera w eksporcie poszczególnych krajów.

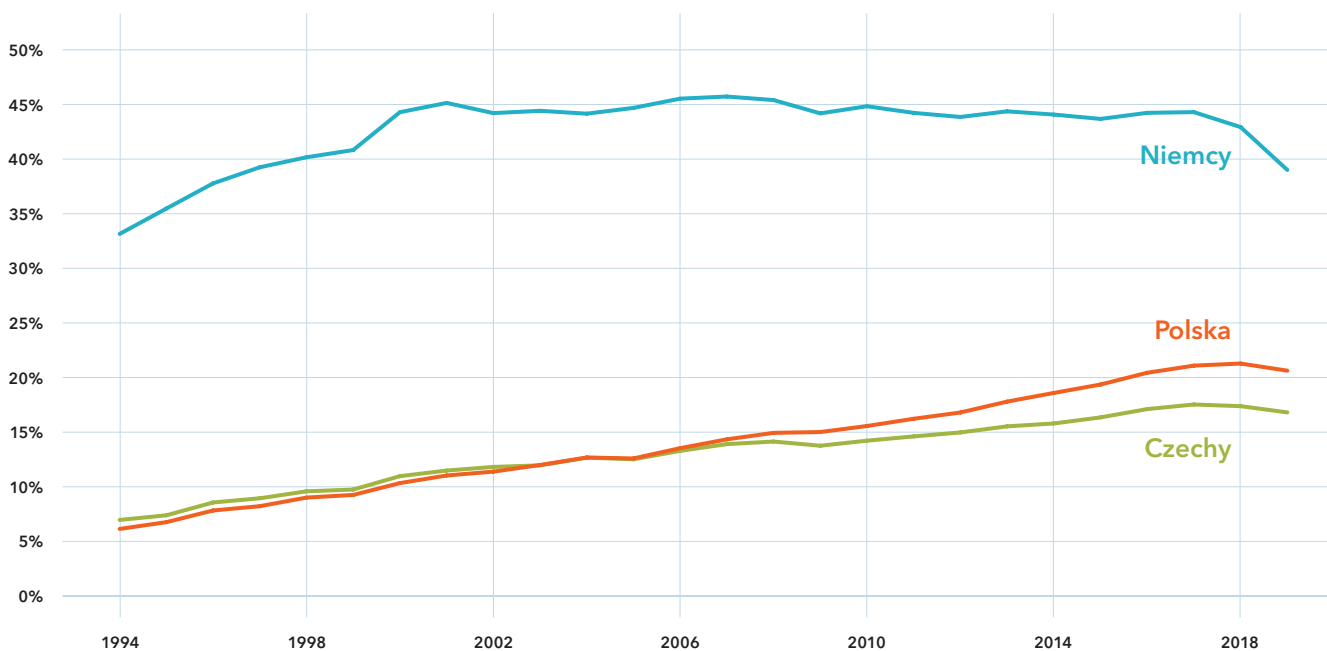
Uzależnienie od jednego partnera jest charakterystyczne dla rynków wschodzących, peryferyjnych i półperyferyjnych.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Comtrade

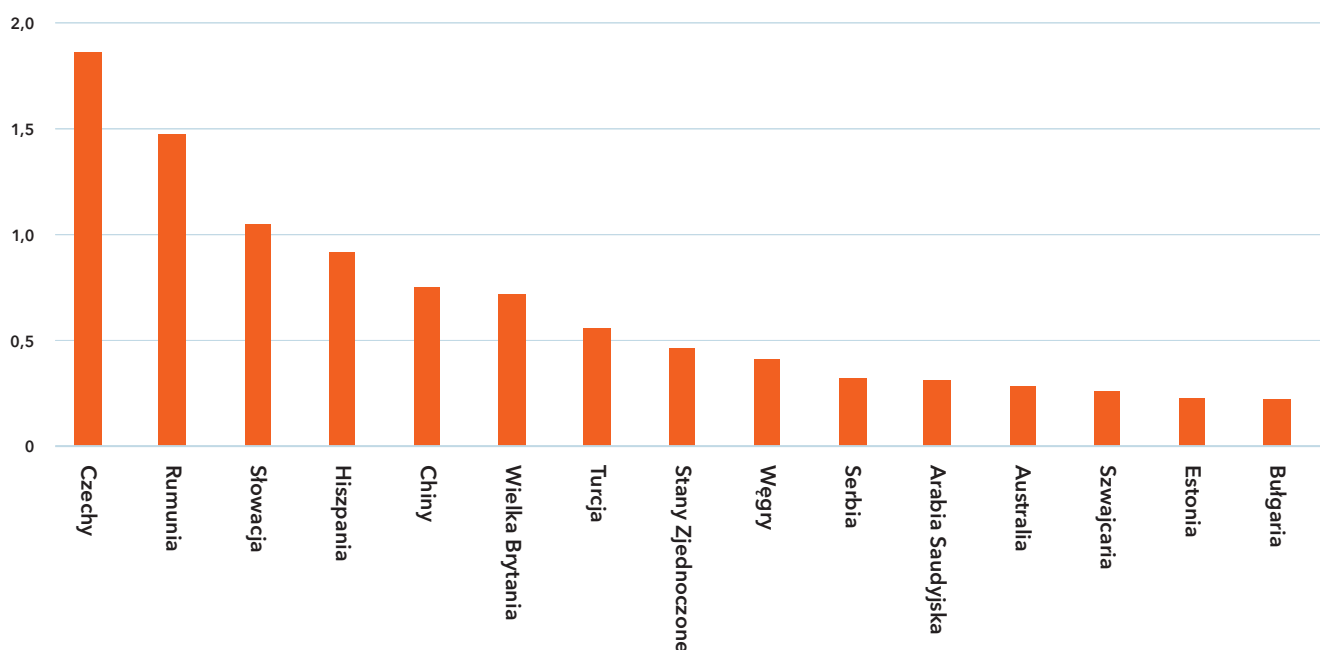
Wykres 23. Indeks penetracji rynków eksportowych.

Indeks pokazuje, jaki procent potencjalnych rynków pokrywają eksporterzy z danego kraju. Jako rynki potencjalne liczy się te kraje, które importują dany towar (indeks jest średnią ze wszystkich towarów). Widać, że dywersyfikacja polskiego eksportu zwiększa się mimo dominacji jednego partnera w eksporcie.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Comtrade

Wykres 24. Kraje o największym wzroście udziału (w pkt proc.) w polskim eksporcie w latach 2001-2020.



Źródło: Opracowanie SpotData, KUKE, na podstawie danych Comtrade



Mimo wysokiego uzależnienia od Niemiec Polska systematycznie zwiększa penetrację rynków zagranicznych.

Pozwala to monitorować tzw. indeks penetracji rynków eksportowych, który mierzy liczbę potencjalnych krajów, do których przedsiębiorstwa działające w danym państwie sprzedają swoje towary. Jako potencjalny kraj traktowana jest gospodarka, która importuje dany towar, a ostateczny wskaźnik powstaje jako średnia liczba potencjalnych zagranicznych rynków zbytu obliczona dla wszystkich grup towarowych. Mierzona w ten sposób geograficzna dywersyfikacja polskiego eksportu systematycznie zwiększa się co najmniej od połowy lat 90. i jest większa niż np. w Czechach.

Pod względem dywersyfikacji geograficznej polskiego eksportu można wskazać na dwa główne trendy, które zasługują na uwagę.

- **Po pierwsze**, w ostatnich dwóch dekadach znacząco rośnie znaczenie krajów regionu jako rynków, na które trafia polski eksport towarów. Przykładowo, w latach 2001–2020 udział Czech w polskim eksporcie towarów wzrósł z 4,0 proc. do 5,8 proc., a Rumunii z 0,6 proc. do 2,1 proc. Wynika to przede wszystkim z regionalnej integracji łańcuchów dostaw w motoryzacji, ale także z ekspansji polskich firm produkujących meble i żywność.
- **Po drugie**, w ostatnich latach, zwłaszcza po światowym kryzysie gospodarczym z lat 2008–2009, obserwuje się stopniowy wzrost znaczenia dalekich i dużych rynków, takich jak Chiny czy Stany Zjednoczone. W latach 2008–2020 udział Chin w polskim eksporcie towarów wzrósł z 0,7 proc. do 1,3 proc., a Stanów Zjednoczonych z 1,5 proc. do 2,8 proc. W przypadku obu krajów wzrost ten wynikał ze zwiększonej sprzedaży części dla przemysłu lotniczego i samochodowego.

Kraje o największym znaczeniu dla perspektyw wzrostu polskiego eksportu to te, które w ostatniej dekadzie notowały najszybszy wzrost importu z krajów UE tych towarów, które są jednocześnie polskimi hitami eksportowymi. To kraje importujące towary, w których przedsiębiorstwa z Polski mają istotne przewagi konkurencyjne. Na podstawie powyższego zestawienia można wskazać trzy grupy krajów, których rynki stanowią znaczącą szansę na zwiększenia polskiego eksportu towarów w najbliższych latach.

- **Po pierwsze**, duży potencjał eksportowy dla polskich towarów występuje w azjatyckich krajach wschodzących, takich jak Wietnam, Korea Południowa, Chiny czy Tajwan. Są to bardzo duże rynki, na których towary z Polski dopiero zaczynają się pojawiać. Krajowe przedsiębiorstwa muszą bardziej intensywnie niż dotychczas zabiegać w tych krajach o wzrost sprzedaży.
- **Po drugie**, wciąż duży potencjał eksportowy dla towarów z Polski jest w krajach Europy Środkowej, które już są obszarem intensywnej ekspansji, głównie z powodu integracji krajowych przedsiębiorstw w regionalnych łańcuchach wartości. Tę obecność można pogłębiać, a dodatkowo warto starać się o zwiększanie eksportu towarów do krajów położonych na południu Europy, głównie na Bałkanach.
- **Po trzecie**, przedsiębiorstwa w Polsce mają szansę poszerzać swoją sprzedaż na rynkach Ameryki Północnej, takich jak Stany Zjednoczone czy Meksyk. Są to kraje intensywnie inwestujące w elektromobilność, do których powinniśmy zwiększać sprzedaż części motoryzacyjnych.



Polski eksport do krajów Bliskiego Wschodu

Głównymi krajami Bliskiego Wschodu, do których trafia eksport z Polski, są Turcja, Arabia Saudyjska, Izrael i Zjednoczone Emiraty Arabskie. W latach 2001–2020 wartość eksportu towarów ogółem do wszystkich krajów Bliskiego Wschodu zwiększyła się z ok. 0,5 do 5,1 mld dolarów, a ich udział w polskim eksporcie wzrósł z 1,2% do 2,2%. To oznacza, że udział krajów Bliskiego Wschodu w polskim eksporcie towarów ogółem jest np. mniejszy niż Węgier (2,5%) i o połowę mniejszy niż Holandii (4,2%). Potencjalnie jest to jednak rynek obiecujący, chociażby biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców (np. Turcja 82 mln osób, Iran 82 mln osób, Arabia Saudyjska 34 mln osób). W tej grupie krajów największy udział w polskim eksporcie ma Turcja (0,9%, 2,2 mld dolarów w 2020 roku), Arabia Saudyjska (0,4%, ok. 1 mld dolarów w 2020 roku) i Izrael (0,3%, ok. 0,7 mld dolarów w 2020 roku).

W 2020 roku największy udział w eksporcie towarów ogółem do tego regionu miała pszenica (ok. 360 mln dolarów), którą przedsiębiorstwa z Polski sprzedawały niemal wyłącznie do Arabii Saudyjskiej. Choć w ostatniej dekadzie pszenica miała istotny i rosnący udział w eksporcie towarów do krajów Bliskiego Wschodu, to jednak polskim hitem eksportowym była ona wyłącznie w 2020 roku. Rok wcześniej, czyli w 2019 roku, największy udział w eksporcie z Polski do krajów Bliskiego Wschodu miały wagony kolejowe (ok. 250 mln dolarów), które przedsiębiorstwa z Polski sprzedawały niemal wyłącznie do Zjednoczonych Emiratów Arabskich w związku z ich inwestycjami w rozbudowę transportu szynowego. Podobnie zresztą było w 2018 roku, kiedy wagony kolejowe zajmowały czwartą pozycję w zestawieniu towarów eksportowych o największej wartości. Wówczas ich głównym nabywcą była z kolei Arabia Saudyjska, również modernizująca swój transport szynowy.

Oprócz pszenicy i wagonów kolejowych, które w ostatnich latach wspięły się na podium polskich hitów eksportowych do krajów Bliskiego Wschodu, sprzedaż przedsiębiorstw z Polski do krajów tego

regionu jest zdominowana przez towary z branży motoryzacyjnej, głównie silniki spalinowe (ok. 200 mln dolarów w 2020 roku), samochody osobowe (ok. 180 mln dolarów w 2020 roku) oraz części i akcesoria do samochodów (ok. 120 mln dolarów w 2020 roku). O ile sprzedaż silników spalinowych rosła niemal nieprzerwanie do 2017 roku, osiągając wówczas wartość ok. 350 mln dolarów, o tyle w kolejnych latach silnie wyhamowała (do ok. 200 mln dolarów w 2020 roku). Podobnie po 2017 roku nastąpiło znaczące zmniejszenie wielkości sprzedaży samochodów osobowych: z ok. 444 mln dolarów w 2017 roku do 180 mln dolarów w 2020 roku. Ta luka tylko częściowo została skompensowana większą sprzedażą części samochodowych, która wzrosła z ok. 50 mln dolarów w 2014 roku do 120 mln dolarów w 2020 roku.

W 2020 roku polskim hitem eksportowym do krajów Bliskiego Wschodu były także papierosy, których sprzedaż wzrosła z ok. 10 mln do ponad 150 mln dolarów, niemal wyłącznie na skutek zwiększonej sprzedaży do Arabii Saudyjskiej.

Hitem eksportowym do krajów tego regionu są również maszynki do golenia, których sprzedaż z Polski systematycznie rośnie od 2011 roku. W 2020 roku kraje Bliskiego Wschodu kupowały w naszym kraju maszynki do golenia o wartości blisko 160 mln dolarów.

Wysoką pozycję w polskim eksporcie do krajów Bliskiego Wschodu ma też mięso wołowe, zarówno mrożone, jak i świeże. Jest to polski hit eksportowy do Izraela, który rocznie importuje z Polski mięso wołowe o wartości ok. 80 mln dolarów. W 2018 r. największym importerem mięsa wołowego w regionie była Turcja (ok. 110 mln dolarów), ale polscy producenci nie utrzymali się na tym rynku w kolejnych latach.





infolinia: 801 060 106
kontakt@kuke.com.pl
ul. Krucza 50, 00-025 Warszawa
www.kuke.com.pl



+48 22 333 99 18
kontakt@spotdata.pl
ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa
www.spotdata.pl