Jakie wnioski płyną dla polskiego eksportu z czasu pandemii COVID-19?

Autor: Dr Zbigniew Niesiobędzki
Prezes, Polsko Chińska Rada Biznesu
Współudział: Krzysztof Woźniak
HSBC w Polsce

Polsko Chińska
Rada Biznesu
波中商务联合会

Ze skutkami pandemii COVID-19 świat będzie zmagać się jeszcze przez dłuższy czas. Prognozy Międzynarodowego Funduszu Walutowego zakładają globalną recesję w 2020 roku i powrót do wzrostu w kolejnym roku, przy czym z uwagi na niską bazę wiele krajów w 2021 roku nie osiągnie jeszcze poziomu nominalnego PKB z okresu sprzed pandemii. Pamiętać również należy, że uruchomione przez poszczególne kraje ogromne pakiety ratunkowe i stymulacyjne (w przypadku Niemiec wynoszące około 50%, Wielkiej Brytanii 25%, Francji 30% czy Japonii ponad 20% ich PKB), których zadaniem jest niwelacja ekonomicznych skutków pandemii oraz wsparcie szybkiego powrotu na ścieżkę rozwoju, przez lata mogą ciążyć na wysokości długu krajowego.

Oczywiście pandemia COVID-19 wpłynęła w wielkim stopniu również na globalną wymianę handlową. Według danych WTO w I półroczu 2020 roku wymiana handlowa towarów zmniejszyła się o 14% w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego. Sytuacja ta widoczna była również w deklaracjach liderów biznesowych, którzy podczas ostatniego badania HSBC Navigator stwierdzili, że handel zagraniczny stał się trudniejszy w ciągu ostatniego roku. Takiego zdania było prawie dwie trzecie badanych. Dodatkowo skutki pandemii rozpoczęły lub wzmocniły dyskusje i zmiany w zakresie globalnych łańcuchów dostaw. Dzisiaj wszyscy zdają sobie sprawę z ryzyka nadmiernej koncentracji produkcji towarów, szczególnie tych należących do grupy produktów wrażliwych (takich jak wyroby medyczne, farmaceutyczne czy środki higieny). Można się spodziewać, że wynikiem zmiany strategii w zakresie łańcuchów dostaw będzie odejście od globalnego podejścia w kierunku regionalizacji i zbliżenia produkcji do lokalnych rynków konsumenckich.

To zjawisko również można było dostrzec w wypowiedziach liderów biznesowych we wspomnianym już badaniu HSBC Navigator. Ankietowani stwierdzili m.in., że zagrożeniem dla odporności łańcucha dostaw są obecnie: dostawcy z krajów i terytoriów, które są niestabilne lub zagrożone cłami, czy sankcjami (40 proc.), rosnące koszty (39 proc.), dostawcy zbyt odlegli od klientów docelowych lub ich biznesów (33 proc.), dostawcy nie wystarczająco zwinni (23 proc.), zasoby finansowe lub czas poświęcone na zarządzaniu łańcuchem dostaw (23 proc.), czy pogarszająca się lub zmienna jakość dostaw (23 proc.). To tylko sześć pierwszych z długiej listy czynników generujących obawy. Co warte dodania, tylko 7 proc. ankietowanych nie czuło obaw w zakresie łańcucha dostaw. W tej sytuacji dla dwóch piątych firm skupienie się na dostawcach z ich macierzystego regionu będzie priorytetem w 2021 roku. Z kolei jeśli chodzi o zarządzanie łańcuchem dostaw, połowa firm postrzega cyfryzację i technologię jako swój priorytet (48 proc.) w 2021r. To czy dostawcy będą w stanie spełnić ich wymogi w tym zakresie będzie dla nich istotne w wyborze kontrahentów. Jeśli mówimy o wymaganiach to jedna na pięć firm obawia się braku przejrzystości i zdolności dostawców do spełnienia kryteriów dotyczących zrównoważonego rozwoju. W ciągu ostatniego roku już około jedna czwarta badanych firm wybierała dostawców w oparciu o swoje praktyki zrównoważenia (24 proc.). Jest to w związku z tym kolejny czynnik uwzględniany przy wyborze strategicznych partnerów w obszarze łańcucha dostaw.

1. Sytuacja ogólnoświatowa

Pandemia COVID-19 i związane z tym obostrzenia, które pierwsze pojawiły się w Chinach w okresie chińskiego Nowego Roku, a w kolejnych miesiącach objęły wiele krajów na wszystkich kontynentach, spowodowały zahamowanie konsumpcji, wstrzymanie inwestycji i zakłócenia w wymianie handlowej, wynikające nie tylko z ograniczeń w produkcji, ale także destrukcji łańcuchów logistycznych, czy też niedostępności pracowników. Cały świat pogrążył się w recesji, choć poszczególne państwa różnie sobie radziły ze skutkami pandemii, co odbiło się na skali spadków ich PKB i redukcji wymiany handlowej. W II kwartale 2020 roku PKB największych gospodarek świata zgrupowanych w G20 spadł o 9,1% (r/r), po spadku o 1,7% w I kwartale. Największy regres zanotowały w tym okresie Indie (-23,5%). Tylko Chiny w tym czasie spośród krajów G20 wykazały wzrost PKB o 3,2%.

Trzeba także zauważyć, że sytuacja z pandemią nałożyła się na notowaną od początku 2019 roku recesją w handlu światowym, która jest m.in. następstwem wojny handlowej pomiędzy USA i Chinami, co dodatkowo osłabiło jeden z głównych motorów wzrostu globalnej gospodarki.

Spośród 10 krajów, największych odbiorców polskiego eksportu, ogromne straty w II kwartale 2020 roku zanotowały; Wielka Brytania, Francja i Włochy. Z uwagi na znaczący udział Niemiec w polskim eksporcie spadek produkcji przemysłowej i PKB w tym kraju miał także istotny wpływ na ograniczenie naszego eksportu. Dla całej UE27 zanotowano w II kwartale 2020 roku spadek PKB o 13,7%. Na tym tle nieco lepiej wyglądała sytuacja gospodarcza w USA i Rosji, co było wynikiem braku wprowadzenia w tych krajach całkowitego lockdownu (podobnie zresztą jak w Szwecji).

Tab. 1. Dynamika wzrostu PKB wśród 10 największych odbiorców polskiego eksportu w II kwartale 2020 roku (%, w porównaniu do II kwartału ub. roku)

Niemcy	Czechy	W. Brytania	Francja	Holandia	Włochy	Rosja	USA	Szwecja	Węgry
-11,3%	-11,0	-21,5	-18,9	-9,0	-17,1	-8,0	-9,1%	-7,7	-13,5

Źródło: ec.europa.eu, tradingeconomics.com

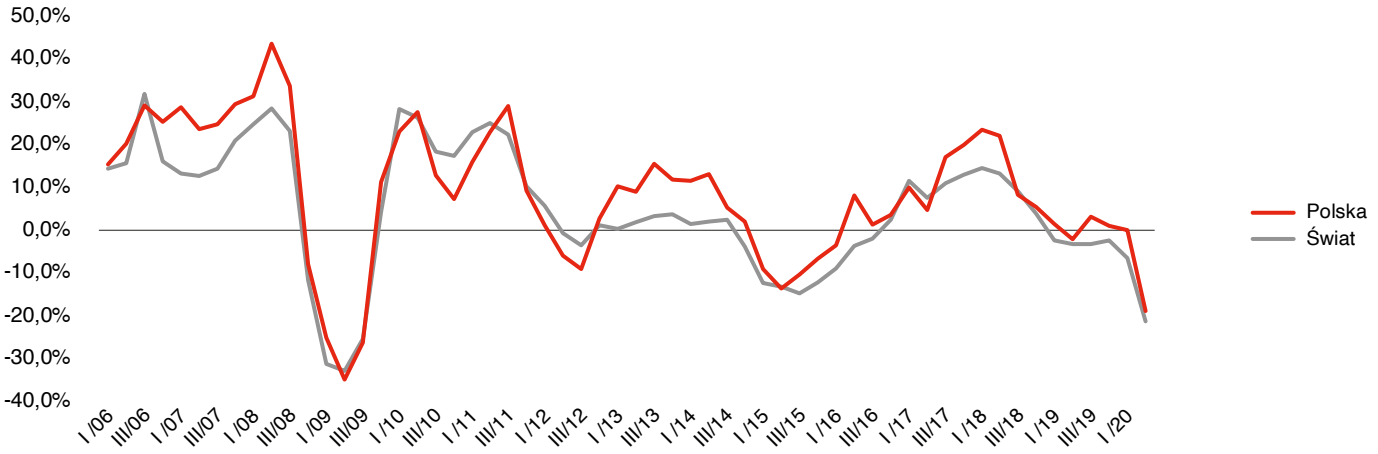
Według prognoz Międzynarodowego Funduszu Walutowego światowa gospodarka skurczy się w 2020 roku o 4,4%, po czym w kolejnym roku nastąpi odbicie o 5,2%. Z dużych gospodarek (istotnych w kontekście polskiego eksportu) tylko Chiny już w tym roku przekraczają poziomy PKB i produkcji przemysłowej z 2019 roku i nadal będą rosły (łącznie o 10% w latach 2020-2021). W wielu jednak krajach powrót do sytuacji z czasów przed pandemią będzie stopniowy i potrwa do 2022 lub 2023 roku. Według MFW skumulowana strata w produkcji w stosunku do przewidywanej ścieżki sprzed pandemii wyniesie 11 bilionów USD w tym roku i 28 bilionów USD łącznie do końca 2025 roku. Oznaczać to będzie poważną przeszkodę nie tylko w poprawie przeciętnego poziomu życia praktycznie na całym świecie, ale także we wzroście handlu światowego.

2. Wpływ pandemii COVID-19 na polski handel zagraniczny w okresie trzech kwartałów 2020 roku.

Polski eksport towarów od czasu wejścia naszego kraju do UE rozwijał się bardzo szybko. Ten dynamiczny wzrost wynikał z dobrej koniunktury na rynkach światowych, przynależności do struktur unijnych ze wszystkimi korzyściami regulacyjnymi, a także ze wzrostu konkurencyjności polskiego przemysłu, między innymi dzięki napływającym środkom unijnym oraz znaczącym inwestycjom zagranicznym.

Polski eksport w poprzednich latach w dużej mierze odwzorowywał globalne trendy, ale szczególnie od połowy 2012 roku radził sobie znacznie lepiej (z wyjątkiem 2017 roku) niż ogólna sytuacja w handlu światowym.

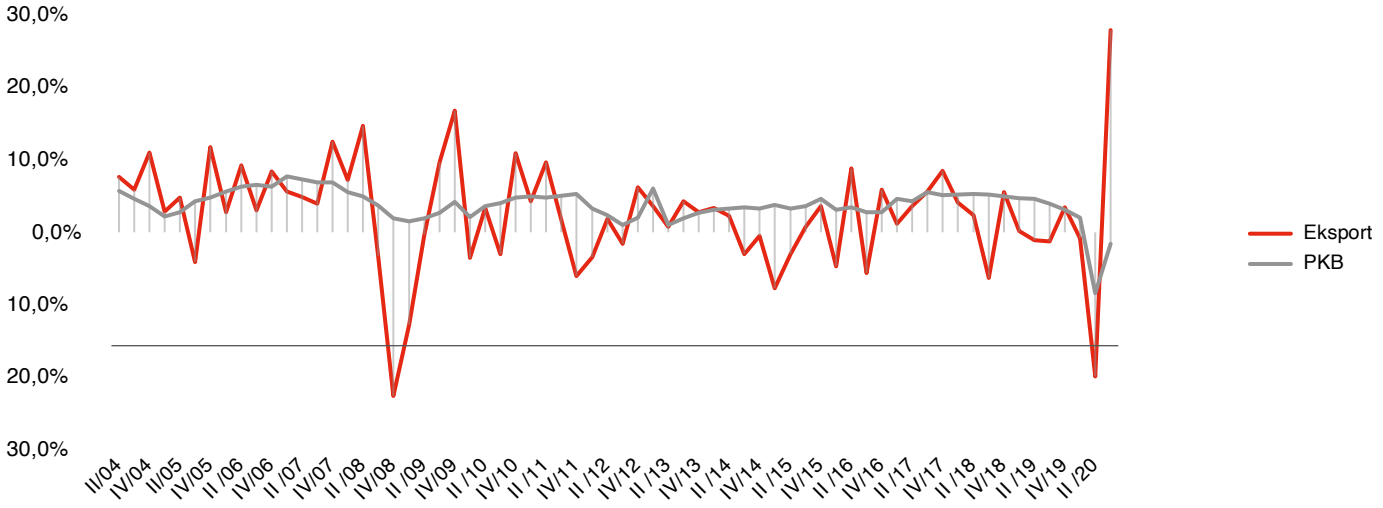
Rys. 1. Dynamika polskiego eksportu towarów na tle eksportu światowego w latach 2006-2020.



Źródło: GUS i WTO

Od początku naszego wejścia do Unii Europejskiej do II kwartału 2020 roku Polska wykazywała stały wzrost PKB. W tym czasie dynamika polskiego eksportu w ujęciu kwartał do kwartału wykazywała znaczne wahania (+/-). W ostatnich szesnastu latach były okresy, w których eksport dodawał do wzrostu polskiego wzrostu gospodarczego były jednakże i takie momenty, kiedy inne motory wzrostu (konsumpcja, inwestycje) amortyzowały negatywne wyniki w eksporcie.

Rys. 2. Porównanie dynamik polskiego eksportu i PKB w latach 2004-2020 (kw./kw.).

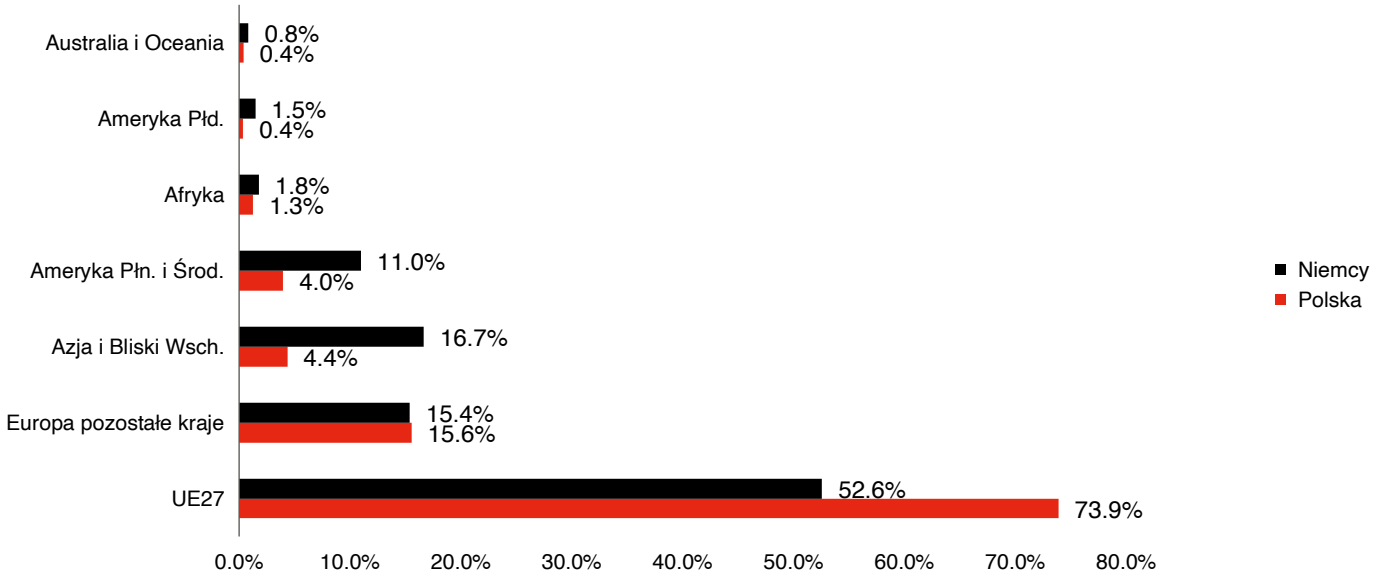


Źródło: GUS

Zjawiskiem charakterystycznym polskiego eksportu jest duża koncentracja na rynku europejskim. W 2019 roku aż 73,9% polskiego eksportu trafiało do 26 krajów UE (bez uwzględnienia Wielkiej Brytanii). Dodatkowe 15,6% naszego eksportu (w tym do Wielkiej Brytanii) lokowaliśmy w pozostałych, niestowarzyszonych w UE, krajach naszego kontynentu. Zatem tylko 10,5% polskich towarów opuszczało w tym okresie granice Europy. Towary te trafiały głównie na rynki Azji i Bliskiego Wschodu (4,4%) oraz Ameryki Północnej i Środkowej (4,0%).

Ta silna koncentracja polskiego eksportu jest szczególnie widoczna, jeśli się ją porówna z kierunkami eksportu niemieckiego przemysłu. W 2019 roku Niemcy ulokowały w krajach Unii Europejskiej tylko 52,9% całego swojego eksportu. Ponadto aż 16,7% wartości towarów wysłano do Azji i na Bliski Wschód oraz 11,0% do Ameryki Północnej i Środkowej (głównie do USA). W TOP 5 najważniejszych kierunków niemieckiego eksportu w 2019 roku znajdowały się: USA, Francja, Chiny, Holandia i Wielka Brytania. W przypadku Polski najważniejszymi odbiorcami naszych towarów były: Niemcy, Czechy, Wielka Brytania, Francja i Włochy. USA plasowały się na 8 miejscu, zaś Chiny dopiero na 20.

Rys. 3. Porównanie struktury geograficznej polskiego i niemieckiego eksportu towarów w 2019.



Źródło: GUS, Das Statistische Bundesamt

Podobnie jak w przypadku większości krajów również Polska drastycznie odczuwa skutki pandemii, która wpłynęła na wyniki polskiego eksportu. O ile jeszcze w I kwartale 2020 roku notowaliśmy minimalny wzrost eksportu (0,1% r/r), to drugi kwartał przyniósł załamanie (-9,4% r/r). Całkowite zniesienie restrykcji lub tzw. soft lockdown wprowadzony przez niektóre kraje w kolejnych miesiącach pozwolił na wzrost eksportu w III kwartale broku i odrobienie części strat z poprzedniego okresu.

Tab. 2. Zmiany w polskim eksporcie towarów po 3 kwartałach 2020 roku.

	I kw. 2020	I-II kw. 2020	I-III kw. 2020
Eksport narastająco (mln USD)	67 262	121 146	190 033
Dynamika narastająco (r/r)	0,1%	-9,4%	-4,6%
Zmiana narastająco (r/r, mln USD)	54	-12 509	-9 214

Źródło: GUS

3. Eksport usług – stan obecny i perspektywy

Warto dodać, że wysokie dodatnie saldo polskiego eksportu uzyskane w 2019 roku było w dużej mierze zasługą usług. Według danych Eurostatu eksport usług zwiększył się o 8,6% i osiągnął poziom aż 64 058,6 mln euro, co przy imporcie usług wynoszącym 39 514,1 mln euro, przełożyło się na dodatnie saldo 24 544,2 mln euro. Jak podkreśla Michał Kolasa w Kompendium Handlu Zagranicznego Polski PFR dodatnie saldo w obrotach usług w Polsce utrzymuje się co najmniej od połowy lat 90 tych, a od 2010 roku nieustanie rośnie.

W ostatnich latach rósł również udział usług w eksporcie Polski, z 18,5% w 2013 roku do 21,9% w roku 2019. W ubiegłym roku odpowiadał on już za 12,3% polskiego PKB. Podobnie jak w przypadku eksportu towarów, w Polsce zaobserwować można silne związki z europejskimi partnerami – szczególnie z Niemcami, którzy byli w 2019 roku odbiorcami aż 22,7% eksportu usług. W pierwszej dziesiątce największych odbiorców znajdują się zresztą poza Stanami Zjednoczonymi (6,4%) wyłącznie kraje europejskie (są to: Szwajcaria 7,7%, Wielka Brytania 7,5%, Holandia 6,8%, Francja 4%, Szwecja 3,4%, Czechy 3%, Irlandia i Belgia po 2,4%).

Od 2010 roku mamy do czynienia z pozytywnym trendem wzrostu eksportu usług w Polsce. Jak w takim przypadku prezentowała się sytuacja w trudnym 2020 roku i czy uda nam się utrzymać wzrost? Według bilansu płatniczego Rzeczypospolitej Polskiej publikowanego cyklicznie przez Narodowy Bank Polski możemy powiedzieć, że mimo obiektywnych trudności przed jakimi stali w tym roku polscy eksporterzy usług, udało się uzyskać relatywnie dobre wyniki.

W I kwartale 2020 roku odnotowano dodatnie saldo usług, które wyniosło 26,7 mld zł i zanotowano tym samym wzrost względem I kwartału 2019 roku o 1,0 mld zł, i to mimo pierwszych skutków, jakie odcisnęła na globalnej gospodarce pandemia COVID-19. Wynik ten osiągnięto dzięki poprawie salda w kategorii tzw. usług pozostałych, wzrost o 1,2 mld zł. W II kwartale zanotowano już spadek względem analogicznego okresu roku ubiegłego. Saldo pozostawało cały czas dodatnie i wynosiło 23,0 mld zł, ale było niższe niż w II kwartale 2019 roku aż o 2,5 mld zł. Po raz pierwszy od 2010 roku doszło tym samym do spadku w tym zakresie. Można w związku z tym powiedzieć już o wyraźnym negatywnym wpływie pandemii na obroty usług. Pamiętać również należy, że zalicza się do nich takie kategorie jak usługi transportowe czy podróże zagraniczne, a te w związku z restrykcjami epidemiologicznymi zostały ograniczone, czy wręcz uniemożliwione.

Nie dysponujemy jeszcze pełnymi danymi za III kwartał, ale już teraz na podstawie danych za poszczególne miesiące można powiedzieć, że jesienna, druga fala epidemii znalazła swoje odbicie w obrotach usług. Dla przykładu we wrześniu 2020 roku przychody z tytułu eksportu usług wyniosły 21,8 mld zł i tym samym w porównaniu do września roku ubiegłego zmniejszyły się o 2,4 mld zł. Z kolei wartość rozchodów wyniosła 14,0 mld zł i była niższa o 1,0 mld zł. W październiku również zanotowano w tej materii spadek. Przychody z tytułu eksportu usług wyniosły 23,5 mld zł, co oznacza spadek o 1,3 mld zł, a wartość rozchodów wyniosła 14,3 mld zł, czyli była niższa o 1,1 mld zł. W praktyce w całym 2020 roku na wynikach mocno ciążyły restrykcje związane przemieszczaniem się i spadek z tego powodu obrotów związanych z podróżami. Dla przykładu w październiku, czyli ostatnim miesiącu dla którego mamy dane, spadek przychodów z tytułu podróży zagranicznych wynosił aż 50% względem analogicznego okresu roku ubiegłego.

Tak prezentują się dane odnoście eksportu wszystkich usług. Warto jednak dodać, że Polska staje się coraz ważniejszym graczem w kategorii centrów usług wspólnych dla biznesu. Według danych z raportu rocznego ABSL z czerwca 2020 roku, w I kwartale roku bieżącego w Polsce funkcjonowało ponad 1,5 tys. centrów sektora usług biznesowych, zatrudniających łącznie 338 tysięcy osób. W porównaniu z raportem z roku 2019 odnotowano wzrost zatrudnienia o 10% i powstanie kolejnych 74 centrów usług. Na terenie kraju działają już 63 centra zatrudniające co najmniej tysiąc osób. Szacunkowa wartość eksportu nowoczesnych usług biznesowych ogółem w 2019 roku wyniosła 19,8 mld USD, a ich udział w ogólnej wartości eksportu polskich usług komercyjnych wynosił aż 27,5%. Skumulowana roczna stopa zwrotu dla eksportu usług komercyjnych w latach 2005-2019 dla Polski wyniosła 10,4%, gdy dla eksportu nowoczesnych usług biznesowych wynosiła 20,9%. Sektor usług wspólnych stał się ważną częścią polskiego eksportu. Polska stała się jednym z globalnych HUBów usług dla biznesu, a co za tym i dzie główną lokalizacją dla nowych centrów w Europie.
W konsekwencji należy się również spodziewać umacniania tej roli i tym samym wzrostu znaczenia całego sektora usług dla polskiej gospodarki.

4. Szczegółowa analiza polskiego eksportu towarów w okresie 3 kwartałów 2020 roku – charakterystyczne zjawiska

Szczegółowa analiza polskiego eksportu towarów po 3 kwartałach 2020 roku wskazuje na:

- II kwartał 2020 roku jako szczytowy okres negatywnych skutków gospodarczych pandemii. Wtedy nasz eksport spadł o 18,9% w stosunku do II kwartału ub. roku i o 19,9% kwartał do kwartału;
- spadek naszego eksportu do większości krajów świata (łącznie o 14,1 mld USD w I półroczu 2020 roku w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego). W tej grupie byli główni odbiorcy polskich towarów. Warto jednak podkreślić, że była w tym okresie liczna grupa krajów, choć mniej znacząca, które zwiększyły zakupy z naszego kraju (odpowiednio łącznie o 1,5 mld USD). Z listy TOP20 głównych odbiorców polskiego eksportu towarów tylko z Chinami zanotowaliśmy w okresie II kwartału i całego I półrocza 2020 roku wzrost eksportu;

Tab. 3. Zmiany w polskim eksporcie w I półroczu 2020 roku (r/r).

	Wzrost eksportu	Spadek eksportu	Razem
Liczba krajów	105	131	236
Wartość eksportu (mln USD)	8 521	112 625	121 146
Zmiana eksportu (mln USD)	1 551	-14 060	-12 509

Źródło: GUS

- znaczące różnice w partycypacji w dynamice eksportu z punktu widzenia geograficznego odbiorcy naszych produktów. Ponad połowę wzrostu eksportu (55,8%) wygenerowaliśmy z krajami Azji i Bliskiego Wschodu. Natomiast w łącznym ubytku eksportu kraje z tego regionu partycypowały zaledwie w 3,4%. W tym kontekście pozytywnie należy również ocenić naszą wymianę handlową z krajami Afryki: 18,9% udział we wzrostach i 0,8% udział w spadkach (oczywiście należy pamiętać o niskiej bazie wymiany handlowej z krajami afrykańskimi). W większości udział w ubytku w naszym eksporcie w tym okresie przypada na kraje europejskie (92,7%). Nie jest to zaskakująca informacja z uwagi na fakt, że Europa jest głównym odbiorcą naszych produktów. To co zwraca uwagę, to że udział krajów europejskich w ogólnym spadku polskiego eksportu w tym okresie jest wyższy niż wynika ze struktury naszego eksportu;

Tab. 4. Struktura geograficzna polskiego eksportu towarów w I półroczu 2020 roku (r/r).

Kontynenty	Eksport I półrocze 2019 (mln USD)	Eksport I półrocze 2020 (mln USD)	Dynamika r/r (%)	Zmiana (mln USD)
Azja	6 630	7 020	5,9%	390
Afryka	1 568	1 753	11,8%	185
Australia i Pacyfik	416	496	19,1%	80
Ameryka Południowa	509	421	-17,2%	-88
Ameryka Północna i Środkowa	4 616	4 464	-3,3%	-152
Europa	119 716	106 797	-10,8%	-12 918
Pozostałe	200	195	-2,8%	-5
Razem Świat	133 655	121 146	-9,4%	-12 509

Źródło: GUS

- kraje azjatyckie jako potencjalnę alternatywę i tzw. „poduszkę" na wypadek recesji w krajach wysoko rozwiniętych. Chiny (wzrost eksportu o 344 mln USD r/r), Kazachstan (+235 mln USD), Turcja (+208 mln USD), Arabia Saudyjska (+249 mln USD), Hongkong (+41 mln USD) czy Tajwan (+56 mln USD) w największym stopniu

przyczyniły się do częściowego zamortyzowania strat w naszym bilansie handlowym w badanym okresie. Dzięki tym wzrostom zwiększył się udział Azji i krajów Bliskiego Wschodu w strukturze polskiego eksportu towarów z 4,9% w I kwartale 2019 roku do 5,8% na koniec III kwartału 2020 roku kosztem krajów UE;

- głęboki spadek tzw. eksportu zaopatrzeniowego (surowce, półprodukty, części zamienne na potrzeby przemysłu czy inwestycji), przy utrzymaniu lub wzroście wolumenu eksportu dóbr konsumpcyjnych (m.in. żywności);
- znacznie lepsze wyniki polskiego eksportu w porównaniu z naszym największym partnerem handlowym – Niemcami.

Tab. 5. Porównanie dynamiki polskiego eksportu towarów po 3 kwartałach 2020 roku w porównaniu z wynikami niemieckiego handlu zagranicznego (r/r).

Kontynenty	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	I – III kw. 2020
Polska – eksport do Niemiec	0,1%	-18,9 %	5,0%	-4,6%
Niemcy – eksport Świat	-5,6%	-19,4%	-2,6%	-9,2%
Niemcy – import Świat	-6,2%	-25,2%	-3,5%	-11,6%

Źródło: GUS, Das Statistische Bundesamt

Niemcy od początku roku notowały spadek w swoim eksporcie i przez kolejne kwartały zmniejszały wysyłki, przy czym punkt krytyczny wystąpił, podobnie jak w przypadku Polski, w II kwartale bieżącego roku Słabsze wyniki w eksporcie wpłynęły zasadniczo na ograniczenie importu w całym okresie. Pomimo to Polski eksport do Niemiec w dwóch z trzech kwartałów wykazał wzrost, a ogólny spadek był znacznie niższy niż w dynamika importu Niemiec;

- W szczycie pandemii najbardziej ucierpiały dotychczasowe motory wzrostu polskiego eksportu. W grupie głównych towarów z największymi spadkami eksportu znajdowały się produkty przemysłu: motoryzacyjnego, chemicznego, meblarskiego, hutniczego oraz lotniczego. Zwrócić należy uwagę, że powstały ubytek w ramach wskazanych grup jest ponad dwukrotnie wyższy niż udział tych grup produktowych w łącznym polskim eksporcie;

Tab. 6. Struktura ubytku polskiego eksportu po I półroczu 2020 roku w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego.

Grupy produktowe	Eksport I półrocze 2020	Dynamika eksportu (r/r)	Ubytek eksportu (mln USD)
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych	5 167	-32,7%	-2 515
Samochody osobowe i dostawcze	3 754	-36,6%	-2 170
Maszyny i urządzenia mechaniczne	16 683	-7,7%	-1 612
Meble	5 618	-17,8%	-1 293
Tworzywa sztuczne i wyroby z nich	8 428	-11,1%	-1 057
Żeliwo i stal oraz wyroby z nich	6 200	-14,3%	-1 037
Razem wymienione pozycje	45 851	-17,4%	-9 684
Łączny ich udział w polskim eksporcie	37,8%		77,4%

Źródło: GUS

- największy spadek eksportu w analizowanym okresie dotyczy przemysłu motoryzacyjnego. Również i w tym obszarze głównym naszym partnerem są Niemcy z udziałem wynoszącym na koniec II kwartału 2020 roku 32,5% w eksporcie samochodów osobowych, 28,4% samochodów ciężarowych i 33,4% części zamiennych i akcesoriów samochodowych. Stąd porównano wyniki polskiego eksportu z wynikami niemieckiego handlu zagranicznego w tym obszarze. Przeprowadzona analiza wskazuje, że po 9 miesiącach 2020 roku dynamika polskiego eksportu w obszarze samochodów osobowych i ciężarowych jest lepsza niż w przypadku Niemiec. Natomiast w zakresie części zamiennych i akcesoriów zmiany polskiego eksportu narastająco odpowiadają spadkom w niemieckim imporcie. Wyniki te wskazują, że polskie fabryki (w znacznej części należące do zagranicznych koncernów) są dobrze pozycjonowane w globalnych łańcuchach dostaw.

Tab. 7. Porównanie dynamiki polskiego eksportu z niemiecką wymianą w handlu zagranicznym po 3 kwartałach 2020 roku w wybranych pozycjach produktowych przemysłu motoryzacyjnego.

Wybrane grupy produktowe	I kw. 2020	II kw. 2020	III kw. 2020	Razem I-III kw. 2020
Eksport samochodów osobowych				
Eksport z Polski do Niemiec	-13,7%	-31,2%	7,4%	-18,9%
Eksport z Niemiec w Świat	-12,3%	-53,6%	-2,5%	-23,4%
Import do Niemiec ze Świata	-7,6%	-47,8%	6,0%	-17,9%
Eksport samochodów ciężarowych				
Eksport z Polski do Niemiec	-21,3%	-35,5%	52,6%	-13,9%
Eksport z Niemiec w Świat	-17,8%	-43,2%	-0,1%	-21,6%
Import do Niemiec ze Świata	-33,8%	-43,6%	-1,1%	-28,0%
Eksport części zamiennych i akcesoriów samochodowych				
Eksport z Polski do Niemiec	-14,5%	-32,8%	-13,7%	-26,7%
Eksport z Niemiec w Świat	-12,2%	-44,3%	-3,8%	-20,2%
Import do Niemiec ze Świata	-17,4%	-49,8%	-12,6%	-27,0%

Źródło: GUS, Das Statistische Bundesamt

5. Wnioski dla Polski

- Eksport w pierwszych trzech kwartałach 2020 roku nie był motorem napędzającym polską gospodarkę. Jego spadek (-4,6%) był większy niż ubytek polskiego PKB w tym okresie (-1,5%). Eksport, jednakże bardzo się przyłożył do odbicia PKB w III kwartale bieżącego roku po głębokim jego spadku w poprzednim kwartale, który obejmował okres lockdownu. Jeśli porównać dane kwartał do kwartału to nasza gospodarka w III kwartale wzrosła o 7,9%, natomiast eksport aż o 27,8%.
- Polski eksport jest w zbyt dużym stopniu skoncentrowany na rynku europejskim. Rodzi to ryzyko jego destrukcji w przypadku zdarzeń nadzwyczajnych, takich jak pandemia. Eksport do krajów leżących na pozostałych kontynentach jest natomiast zbyt mały, aby mógł być traktowany jako potencjalny amortyzator ewentualnych zawirowań w gospodarce europejskiej.
- W wyniku kryzysu pandemicznego bardziej ucierpiały gospodarki z dominującym udziałem usług w swojej strukturze. Znacznie lepiej poradziły sobie natomiast kraje z rozbudowaną bazą produkcyjną. Do pierwszej grupy należy większość krajów europejskich, głównych naszych partnerów handlowych co dodatkowo wzmacnia potrzebę dywersyfikacji naszego eksportu.
- Epicentrum ekonomiczne świata przesuwa się w stronę Azji. Dziś można to uznać za truizm, z czego jednak należy wyciągnąć wnioski. Wojna handlowa i technologiczna pomiędzy USA i Chinami, pandemia COVID-19, zapowiedzi dotyczące zmian w globalnych łańcuchach dostaw czy zastrzeżenia biznesu zarówno europejskiego i amerykańskiego wobec polityki Chin nie zahamowały ani napływu do Państwa Środka zagranicznych inwestycji bezpośrednich (według chińskiego Ministerstwa Handlu (MOFCOM) wynosiły one 89 mld USD po 8 miesiącach 2020 roku, co stanowi ubytek zaledwie o 0,3% r/r i łącznie 690 mld USD w latach 2016-2020) ani też znacząco nie zmniejszyła się wymiana handlowa (według China Customs import do Chin spadł zaledwie o -3,6% r/r po 3 kw. 2020 roku). Świadczy to o zachowaniu przez Chiny, podobnie jak w poprzedniej dekadzie, pozycji głównego motoru rozwoju światowej gospodarki. Winno się to przełożyć na nadanie relacjom polsko-chińskim specjalnego statusu.
- Działania polskich przedsiębiorców maksymalizujących obroty handlowe na terenie państw Unii Europejskiej należy uznać za racjonalne. Regulacje, logistyka, baza kontaktów, wypracowane procedury to wszystko sprzyja rozwojowi naszych relacji w obrębie UE. Nie należy się spodziewać, że polscy przedsiębiorcy, często nie dysponujący dużymi zasobami finansowymi i odpowiednim know-how, sami zrewidują swoje strategie rozwoju w kierunku krajów poza europejskich.
- W interesie polskiej gospodarki leży zbudowanie zrównoważonego modelu rozwoju naszego eksportu. Można go osiągnąć poprzez dywersyfikację geograficzną handlu i zróżnicowanie produktowe. Odpowiedzialność za to zadanie w dużej mierze leży po stronie rządu polskiego, który odpowiada za strategię rozwoju gospodarki i dysponuje wystarczającymi narzędziami (prawnymi, finansowymi i instytucjonalnymi), aby strategię tę realizować. Istnieje w tym zakresie potrzeba ścisłej współpracy administracji rządowej ze środowiskami biznesowymi.
- COVID stał się katalizatorem cyfryzacji wielu rozwiązań, w tym również w obszarze handlu. Sprzedaż online zanotowała w okresie pandemii gigantyczny wzrost. Oznacza to konieczność zwrotu w kierunku handlu

elektronicznego z zagranicą zarówno ze strony naszych przedsiębiorców jak i wsparcia ich działań w tym zakresie ze strony administracji rządowej. Ponadto trzeba śledzić rozwiązania w zakresie handlu cross-border oraz stosowania elektronicznej waluty w transakcjach międzynarodowych przez poszczególne kraje (jak chociażby promowany przez Chiny „digital yuan").

- Obecnie jesteśmy w przeważającym zakresie dostawcami tieru 1 lub 2 dla światowych OEM, a w naszej ofercie znaczny udział ustanowią półprodukty czy części zamienne. Uniknięcie tzw. pułapki średniego wzrostu (middle income trap) wymaga wykonania skoku technologicznego przez nasze przedsiębiorstwa, co przełoży się na wzrost konkurencyjności polskiego przemysłu i wyjście w świat z produktami gotowymi z wysoką wartością dodaną.
- W 2020 roku zatrzymany został trend wzrostowy w eksporcie usług trwający od 2010 roku. W pierwszych kwartałach zaobserwować można było wyraźny spadek obrotów, w szczególności spowodowany przez ograniczenia dotyczące podróży. W związku z tym z całą pewnością możemy powiedzieć, że pandemia negatywnie wpłynęła na tą część polskiego eksportu, jednak zważywszy na warunki spadki mają ograniczoną skalę.
- Sektor usług wspólnych stał się ważną częścią polskiego eksportu. Polska jest obecnie jednym z globalnych HUBów usług dla biznesu a co za tym idzie główną lokalizacją dla nowych centrów w Europie. W konsekwencji należy się również spodziewać umacniania tej roli i tym samym wzrostu znaczenia całego sektora dla polskiej gospodarki.