

Go West!

Kierunki działań podejmowanych przez polskie przedsiębiorstwa w dziedzinie ekspansji zagranicznej uległy istotnej zmianie w ciągu ostatnich lat. Jeszcze niedawno wśród polskich spółek aktywnych na rynku fuzyj i przejęć zagranicą dominowały podmioty skupiające uwagę na krajach Europy Środkowo-Wschodniej i/lub kilka blue chips notowanych na GPW o kapitalizacji powyżej 1 miliarda euro, szukających możliwości rozwoju za granicą. Część z tych transakcji była motywowana decyzjami politycznymi i w niektórych przypadkach zakończyła się fiaskiem. Inne projekty akwizycyjne były wynikiem prywatyzacji w poszczególnych krajach lub upadłości ciekawych strategicznie aktywów. Tylko część udanych transakcji było efektem dobrze opracowanej strategii, skrupulatnej selekcji potencjalnych celów oraz właściwej oceny potencjału wzrostu w poszczególnych krajach.

Ostatnio inicjatywy zagraniczne dostrzegane są szczególnie w działaniach podjętych przez podmioty kontrolowane przez prywatnych przedsiębiorców. Są to głównie spółki, które dostrzegły możliwość przeniesienia na rynku lokalnego swoich modeli biznesowych i zastosowania ich z powodzeniem na najbardziej obiecujących rynkach w regionie (m.in. w Rosji, Rumunii lub w mniejszym stopniu w Czechach czy Słowacji).

Co prawda rekord Polski w transgranicznych inwestycjach należy do kontrolowanego przez Skarb Państwa KGHM, jednak w ciągu ostatnich

dwoch – trzech lat podążyło tym szlakiem również kilka innych dużych i średnich firm poszukujących ekspansji zagranicznej.

Większość przejmujących skupia się na Europie Zachodniej i Południowej, ale mamy przykłady sięgające nawet Chin (Stomil Sanok), Australii (Kopex), Afryki (Kulczyk Investments), nie wspominając o Ameryce Północnej. Firmy te w celu wejścia na dany rynek realizują również akwizycje

mogły wielokrotnie wycenę rynkową przedsiębiorstwa, w innych okazały się nierelalne do realizacji, oparte na nadziei, a nie na faktach.

Dążenie do obecności na zagranicznych rynkach jest jeszcze bardziej dostrzegalnym zjawiskiem wśród małych i średnich przedsiębiorstw – szczególnie firm oferujących wysocinnowacyjne produkty. Dla tych podmiotów polski rynek jest często zbyt mały, by wchłonąć zaawansowane

US-Poland Innovation Hub). Można zatem oczekiwać, że przy wsparciu kapitałowym i merytorycznym zagranicznych inwestorów również polskie start-upy zaczną niedługo być równie aktywne na rynkach kapitałowych jak dojrzałe przedsiębiorstwa.

Być może powyższe przykłady nie są w pełni reprezentatywne. Warto jednak zwrócić uwagę na istotny fakt, że przytoczone działania podejmowano w kraju w ciągu

W najbliższych latach coraz więcej polskich firm, rozwijając potencjał swoich możliwości, będzie obierało kierunek zagraniczny w celu osiągnięcia ogólnoeuropejskiej, a nawet globalnej skali działalności.

lokalnych marek i kanałów dystrybucji (CCC), dążą do integracji pionowej w swojej działalności (Suempol), biorą udział w odkrywaniu zasobów naturalnych za granicą wraz z globalnymi partnerami, a nawet zostają upublicznione na lokalnych giełdach (np. w Kanadzie i Norwegii), gdzie inwestorzy mają lepsze niż w odczynie zrozumienie dla ich działalności. Równie istotną przyczyną ekspansji zagranicznej jest chęć dywersyfikacji ryzyka politycznego wynikającego z konfliktu między Rosją a Ukrainą. Oczywiście wśród przykładów zdobywania zagranicznych rynków można się doszukać zarówno sukcesów, jak i porażek: w niektórych przypadkach transakcje po-

rozwiązania technologiczne, analizują zatem możliwości rozwoju za granicą lub – podobnie jak w przypadku dużych przedsiębiorstw – szukają inwestorów, którzy dostrzegą drzemący w nich potencjał. Młode technologiczne firmy dla swego wzrostu muszą myśleć globalnie, dlatego bez kompleksów, aktywnie zaznaczają swoją obecność w takich hubach innowacyjności, jak Berlin, Londyn czy (oczywiście) Dolina Krzemowa. Pozytywnym aspektem jest wsparcie w tych działaniach oferowane przez fundusze unijne, administrację (choćby poprzez Polsko-Amerykański Tydzień Innowacji PATI czy US-Polish Trade Council prowadzącą program

ostatnich 25 lat, a punktem wyjścia była gospodarka w fatalnej kondycji, działająca za żelaznej kurtyny.

Jesteśmy zdania, że w najbliższych latach coraz więcej polskich firm, rozwijając potencjał swoich możliwości, będzie obierało kierunek za granicę w celu osiągnięcia ogólnoeuropejskiej, a nawet globalnej skali działalności.

Piotr Olejniczak
dyrektor, Departament Rynków Kapitałowych, Ippema Securities

Tomasz Golinski
analityk, Departament Rynków Kapitałowych, Ippema Securities

KOMENTARZ

Jerzy Krzetzowski



– Bank Szwajcarii obniżył, a ja podniosłem stopę... i co nam pan zrobi!

FINANCIAL TIMES

Tania ropa bije w odnawialną energię

Spadające ceny ropy naftowej od dawna były postrzegane jako zagrożenie dla spółek produkujących czystą energię. I rzeczywiście kursy akcji niektórych najbardziej znanych na świecie grup z branży odnawialnej energii tracą w wyniku tegorocznej przeceny ropy.

Kursy akcji duńskiej firmy Vestas, największego na świecie producenta turbin wiatrowych, zanurkowały, gdy w listopadzie OPEC postanowiła nie zmniejszać wydobycia ropy, i wciąż są notowane ze stratą od początku roku o 11 proc., większą niż szeroki rynek.

Akcje chińskiego producenta paneli słonecznych Yingli Green Energy i amerykańskiej spółki Tesla Motor specjalizującej się w elektrycznych samochodach straciły jeszcze więcej. Sprzedaż samochodów hybrydowych była w listopadzie w USA o 11 proc. mniejsza niż przed rokiem, a sprzedaż aut sportowych wzrosła w tym okresie aż o 91 proc.

il Giornale

22 tys. groźnych biustonozyszy

Bielżyński potentat Triumph zapoewala do swoich klientek w Japonii, żeby przestały używać ok. 22 tys. kupionych ostatnio biustonozyszy (cena jednego waha się od 30 do 34 dol.). Po praniu zaczęły z nich wystawać metalowe fiszbin, co stwarzało zagrożenie dla japońskich biustonozyszy. O oddziale Triumphu w Kraju Kwitnącej Wiśni było już głośno w przeszłości, jednak w zdecydowanie bardziej pozytywnym kontekście. Specjalnie na japoński rynek firma wypuściła bowiem linię staników ochrzoną Branomics (od połączenia angielskich słów bra – biustonozyszy, i economics – ekonomia), nawiązując w ten sposób do polityki premiera Shinzo Abe, czyli Abenomics. Biustonozysze miały zapewnić optyczny wzrost piersi porównywalny do wzrostu gospodarczego obiecanego przez premiera. To jednak nie koniec. Inny pomysł Triumphu, specjalnie na japoński rynek, odwoływał się do zamknięcia Japończyków do nowinek technologicznych. Firma wyprodukowała model stanika na baterie słoneczne, od którego można naładować komórki.

DIE ZEITUNG

Spadki zmniejszają nierówności

Wbrew temu, co twierdzi w głośnej książce „Kapitał w XXI wieku” Thomas Piketty, spadki i darowizny nie potęgają problemu nierówności społecznych. Wprost przeciwnie: zmniejszają rozwarstwienie, którego głównym źródłem jest narastające różnicowanie wynagrodzeń – dowodzi amerykański ekonomista Edward Wolff.

To prawda, że tylko niewielki odsetek ludzi (np. w USA tylko 20 proc.) może liczyć na spadki po bliskich. I na ogół są to ci, którzy i bez takich transferów są dobrze sytuowani. To zrozumiałe: status materialny potomków jest mocno skorelowany ze statusem przodków, od którego z kolei zależy to, czy zostawia on jakąś schedę. Skoro transfery spadkowe krążą między zamożnymi, jak mogą ograniczać nierówności społeczne? Spadkobierców jest zwykle więcej niż testatorów. Na przykład majątek Johna D. Rockefellera, najbogatszego w historii Amerykanina (w ujęciu realnym, nie nominalnym), w ciągu pięciu pokoleń został podzielony między 200 krewnych, a także liczne organizacje charytatywne.

20 PARKIET

■ Parkiet
Gazeta Giełdy i Inwestorów,
ul. Piasta 51, 00-930 Warszawa,
tel. 22 463 06 93, faks 22 463 05 10
kontakt dla inwestorów:
sso@parkiet.com
www.parkiet.com
parkiet.com@parkiet.com
prenumerata: 0 800 120 195

Zamówienia na prenumeratę przyjmują jednolity Ruch, Kłopotera, Garmond Press, GJM.

■ Prenumerata elektroniczna
(o wydaniu, wydanie na tablet):
tel. 800 120 195
e-mail: serni@poczta.onet.pl
www.parkiet.com; www.e-kioski.pl
www.e-gazety.pl

■ Redaktor naczelny: Andrzej Stec

■ Zastępcy redaktora naczelnego:
Zdzisław Grzędziński, Dariusz Wiczeorek
■ Działani klientów
-firmy: Dariusz Wiczeorek, tel. 22 463 05 99
-finanse i gospodarka:
Przemysław Szuchański, tel. 22 463 06 48,
Wojciech Zieliński, tel. 22 463 05 99,

analizy, finanse osobiste:
Tomasz Goss-Strzelecki, tel. 22 463 06 22
-opinie/komentarze:
Zdzisław Grzędziński, tel. 22 463 06 05
-studio graficzne:
Joanna Szygiel, tel. 22 463 05 91
■ Biuro Sprzedaży Korporacyjnej
tel. 22 629 86 14; 22 621 48 69,

faks 22 621 46 58; 22 625 61 57,
reklama@parkiet.com
■ Dział Sprzedaży Korporacyjnej:
tel. 22 463 05 53
■ Dział Sprzedaży Bezpłatnej i Ogłoszeń:
tel. 22 463 02 03
■ Dział Agencji i Magazynów:
tel. 22 463 01 98
■ Dział Konferencji i Szkoleń: tel. 22 463 06 09

■ Dział Marketingu: tel. 22 463 03 47

■ Wydawca:
GEM BUSINESS COMMUNICATION
Sp. z o.o.
■ Druk: Agora SA
Za treść ogłoszeń redakcja nie ponosi odpowiedzialności.