

**Raport końcowy z przeprowadzonych badań
i analiz zapotrzebowania proeksportowego
wśród przedsiębiorstw działających
w województwie świętokrzyskim oraz wybranych
rynków zagranicznych pod kątem możliwości
rozwoju eksportu dla przemysłu metalowo-
odlewniczego**

Raport końcowy

Gdańsk 2020



Rzeczpospolita
Polska



WOJEWÓDZTWO
ŚWIĘTOKRZYSKIE

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

SPIS TREŚCI

1.	Wprowadzenie	3
2.	Skrócony opis metodologiczny	3
3.	Przemysł metalowo-odlewniczy jako RIS	6
4.	Wybór kluczowych rynków eksportowych	8
4.1	Zainteresowanie działalnością eksportową w branży	8
4.2	Wybór rynków zagranicznych	9
5.	Województwo świętokrzyskie na tle Polski	13
6.	Warunki prowadzenia działalności eksportowej w wybranych krajach	22
6.1	Niemcy	22
6.2	Holandia	28
6.3	Czechy	35
6.4	Belgia	41
7.	Przemysł metalowo-odlewniczy	47
7.1	Ocena potencjału eksportowego, innowacyjnego oraz wpływu branży na gospodarkę regionu 52	
8.	Analiza rynków eksportowych pod kątem możliwości eksportu produktów przemysłu metalowo- odlewniczego	57
8.1	Niemcy	57
8.1.1	Analiza 5-sił Portera	59
8.1.2	Analiza SWOT	62
8.2	Holandia	63
8.2.1	Analiza 5-sił Portera	64
8.2.2	Analiza SWOT	67
8.3	Czechy	68
8.3.1	Analiza 5-sił Portera	70
8.3.2	Analiza SWOT	73
8.4	Belgia	74
8.4.1	Analiza 5-sił Portera	75
8.4.2	Analiza SWOT	78
8.5	Podsumowanie	79
9.	Bariery rozwoju eksportu	81
10.	Efektywne formy wsparcia eksportu	83

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

11.	STUDIUM PRZYPADKU FIRM UZYSKUJĄCYCH SUKCES NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH	84
11.1	Fabryka Kotłów „SEFAKO” Spółka Akcyjna.....	84
11.2	G Plus Partners	86
12.	Najbardziej efektywne formy wejścia na wybrane rynki zagraniczne	88
13.	Wnioski i rekomendacje	90

1. WPROWADZENIE

Niniejsze opracowanie powstało w ramach projektu „Usługa przeprowadzenia badań jakościowych i ilościowych, makroekonomicznych dotyczących kwestii eksportowych oraz analizy rynków zagranicznych w tym kontekście, wśród przedsiębiorców we wskazanych sektorach gospodarki województwa świętokrzyskiego” współfinansowanego ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020, działanie: 2.4. - Promocja gospodarcza kluczowych branż gospodarki regionu, w ramach programu p.n.: „Świętokrzyskie – Hard to pronounce, easy to do business in”.

W raporcie przedstawiono wyniki badań i analiz dotyczących „Przemysłu metalowo-odlewniczego” jako jednej z czterech regionalnych inteligentnych specjalizacji województwa świętokrzyskiego. Głównymi celami przyświecającymi badaniu było:

- 1) określenie zapotrzebowania proeksportowego wśród przedsiębiorstw działających w województwie świętokrzyskim w obrębie kluczowych branż (inteligentnych specjalizacji regionalnych),
- 2) analiza wybranych rynków zagranicznych pod kątem możliwości rozwoju eksportu i/lub internacjonalizacji, wśród kluczowych inteligentnych branż województwa świętokrzyskiego.

Niniejszy raport jest efektem prac analitycznych przeprowadzonych w oparciu o szerokie spektrum badań pierwotnych sektora przemysłu metalowo – odlewniczego oraz analizy źródeł wtórnych w ramach badań gabinetowych.

2. SKRÓCONY OPIS METODOLOGICZNY

Pierwszym elementem prowadzonego badania było przeprowadzenie analizy desk research, tj. analizy danych źródłowych, która pozwoliła na przygotowanie diagnozy sytuacji zastanej wybranych 4 branż wpisujących się w inteligentne specjalizacje regionu w kontekście możliwości rozwoju i internacjonalizacji produktów i usług oferowanych przez podmioty z tych branż. Analiza desk research stanowiła również punkt wyjścia do prowadzonych badań jakościowych.

Wyniki przeprowadzonej analizy desk research zostały zweryfikowane poprzez przeprowadzenie badań jakościowych – CATI, IDI, FGI.

Na podstawie przeprowadzonych analiz źródeł zastanych oraz wyników badań CATI na reprezentatywnej próbie przedsiębiorców dokonano wyboru krajów o najwyższym potencjale rozwoju eksportu.

Dla każdego z wybranych krajów dokonano analizy sytuacji ekonomiczno-społecznej w kontekście możliwości zwiększenia sprzedaży eksportowej przez przedsiębiorstwa z branży.

Na podstawie analiz, wywiadów pogłębionych oraz badań fokusowych z przedstawicielami ekspertów branżowych przygotowano analizę SWOT i analizę każdego rynku eksportowego w modelu 5 sił Portera.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

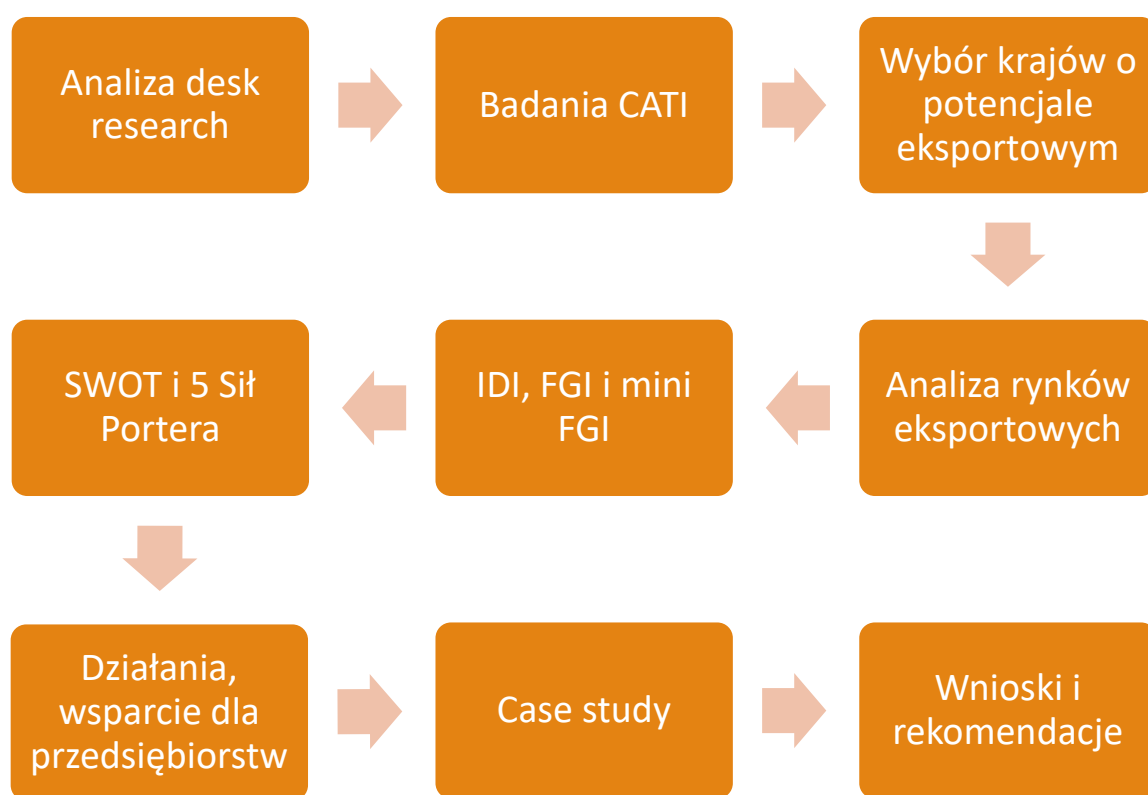
Na podstawie badań CATI oraz badań jakościowych określono zakres działań wspierających rozwój eksportu na wybranych rynkach w sposób optymalny.

Dodatkowym elementem badań było opracowanie studium przypadku dla przedsiębiorstwa z branży metalowo – odlewniczej odnoszącego sukcesy na jednym z rynków eksportowych.

Efektem prac są wnioski i rekomendacje w zakresie rozwoju eksportu produktów i usług branży metalowo - odlewniczej i wsparcia działań przedsiębiorstw w zakresie zwiększenia poziomu umiędzynarodowienia ich działalności.

Przebieg badania prezentuje schemat poniżej.

Rysunek 1. Przebieg procesu badawczego



Źródło: opracowanie własne

W analizie desk research korzystano z następujących źródeł informacji i danych:

- a) Dokumenty o charakterze strategicznym każdego szczebla, właściwe dla kształtowania handlu zagranicznego m.in.:
 - Strategia Badań i Innowacyjności (RIS3)
- b) Dokumenty o charakterze strategicznym każdego szczebla, w częściach dotyczących kwestii gospodarczych.
- c) Raporty Urzędu Marszałkowskiego Woj. Świętokrzyskiego dot. inteligentnych specjalizacji:

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

- Nowoczesne rolnictwo i przetwórstwo spożywcze – syntetyczne ujęcie potencjału eksportowego przedsiębiorców województwa świętokrzyskiego w ramach sektorów głównych inteligentnych specjalizacji regionu - raport końcowy
 - Sektor metalowo-odlewniczy – syntetyczne ujęcie potencjału eksportowego przedsiębiorców województwa świętokrzyskiego w ramach sektorów głównych inteligentnych specjalizacji regionu - raport końcowy
 - Turystyka zdrowotna i prozdrowotna – syntetyczne ujęcie potencjału eksportowego przedsiębiorców województwa świętokrzyskiego w ramach sektorów głównych inteligentnych specjalizacji regionu - raport końcowy
 - Zasobooszczędne budownictwo – syntetyczne ujęcie potencjału eksportowego przedsiębiorców województwa świętokrzyskiego w ramach sektorów głównych inteligentnych specjalizacji regionu - raport końcowy
- d) Przewodniki i poradniki w zakresie kształtowania polityki handlowej.
- e) Źródła internetowe np.
- Portal promocji eksportu
 - Portal Enter new markets - Promotion of agricultural products
<https://ec.europa.eu/chafea/agri/enter-new-markets>
- f) Publikacje, raporty, itp. opublikowane przez Polską Agencję Informacji i Handlu (PALiH), Centra Obsługi Inwestora i Eksportera (COIE), Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji funkcjonujące na terenie zidentyfikowanych rynków docelowych w zakresie profilu poszczególnych rynków docelowych:
- Przewodniki po rynkach publikowane przez PALiH, 2018
 - Raporty sektorowe dla poszczególnych krajów publikowane przez PALiH (sektor spożywczy, rolno-spożywczy, budowlany, materiałów budowlanych, medyczny, sektor podwykonawstwa w przemyśle metalowym, elektromechanicznym i energetycznym, 2018
 - Atrakcyjność inwestycyjna regionów 2017, PALiH, 2017 (raport zbiorczy i woj. świętokrzyskie). Wnioski wynikające z raportu zostaną zestawione z danymi Eurostat i Komisji Europejskiej (Indeks Konkurencyjności Regionów UE)
- g) Raporty, publikacje, artykuły dotyczące handlu zagranicznego i poszczególnych branż:
- Handel zagraniczny w województwach (NTS 2) – raport końcowy, Centrum Badań i Edukacji Statystycznej GUS, 2015
 - Handel zagraniczny produktami rolno-spożywczymi – stan i perspektywy, Analizy rynkowe, Zakład Badań Rynkowych IERiGŻ-PIB, 2016
 - Czynniki zapotrzebowania materiałowego w krajach UE w latach 2000–2015, Przegląd Statystyczny Tom IXV – zeszyt 1 – 2018
- h) Raporty i informacje Światowej Organizacji Handlu oraz innych instytucji wspierających wymianę handlową na arenie międzynarodowej.
- i) Akty normatywne.
- Akty prawne UE dot. polityki handlowe (https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/external_trade.html?root_default=SUM_1_CODED%3D07&locale=pl)
- j) Dane statystyczne – wskaźniki makroekonomiczne przedstawione na poziomie województwa, kraju oraz państw wyselekcjonowanych w trakcie badania: PKB, stopa inflacji, deficyt, dług publiczny, saldo bilansu płatniczego i handlowego, stopy procentowe, dane dotyczące polityki

podatkowej, sytuacji demograficznej, koniunktury, rynku pracy i inne. W analizie uwzględnione zostaną również wskaźniki określające elementy wpływające na gospodarkę między innymi: stałość polityki wewnętrznej i jej wpływ na decyzje gospodarcze, jakość prawa gospodarczego, otoczenie społeczno-kulturowe, stabilność polityczna, całkowity obrót branży na danym rynku zagranicznym, wydajność pracy, struktura konsumentów produktów i/lub usług branż inteligentnych specjalizacji, skala i dynamika popytu, stan rozwoju sektora i jego konkurencyjność.

k) Dane statystyczne dotyczące wymiany handlowej, w szczególności:

- Dane o wielkości obrotów handlu zagranicznego z Centrum Analityczne Izby Administracji Skarbowej oparte na nomenklaturze scalonej CN (ang. combined nomenclature).
- Dane pozyskane z serwisu United Nations Comtrade w podziale na kody taryfy celnej, kraj importujący/eksportujący, wartość i wielkość transakcji.

3. PRZEMYSŁ METALOWO-ODLEWNICZY JAKO RIS

Branża metalowo – odlewnicza ma strategiczne znaczenie dla gospodarki województwa świętokrzyskiego.

Sektor metalowo-odlewniczy obejmuje:

- Produkcję metali;
- Odlewnictwo;
- Produkcję wyrobów gotowych z metali.

Podobszary branży metalowo-odlewniczej wchodzące w skład regionalnej inteligentnej specjalizacji regionu:

1. Metale:

- a. Żeliwo, stal i żelazostopy
- b. Rury, przewody rurowe
- c. Odlewnictwo metali
- d. Pozostałe wyroby ze stali poddawane wstępnej obróbce
- e. Metale szlachetne i pozostałe metale niezależne

2. Wyroby metalowe gotowe:

- a. zbiorniki, cysterny, pojemniki i opakowania metalowe
- b. metalowe elementy konstrukcyjne
- c. produkcja broni i amunicji
- d. wyroby nożownicze, narzędzia, zamki, zawiasy, złącza, śruby, sztucce, wyroby z drutu, łańcuchów i sprężyn
- e. wytwornice pary, kotły centralnego ogrzewania, piece
- f. kucie, prasowanie, wytłaczanie, walcowanie metali, metalurgia proszków
- g. obróbka metali, w tym nakładanie powłok, obróbka mechaniczna, niekonwencjonalne techniki wytwarzania, obróbki wykończeniowe.

3. Maszyny i urządzenia ogólnego i specjalnego przeznaczenia w tym:

- a. silniki i turbiny
- b. sprzęt i wyposażenie napędu hydraulicznego i pneumatycznego

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

- c. pompy i sprężarki
- d. kurki, zawory, łożyska, koła zębate, elementy napędów
- e. urządzenia chłodnicze, wentylacyjne
- f. urządzenia elektryczne
- g. maszyny dla rolnictwa i leśnictwa, dla górnictwa, budownictwa, przetwórstwa żywności itp.

4. Pojazdy samochodowe, przyczepy, naczepy oraz cysterny.

Wyroby metalowe znajdują liczne zastosowania w przetwórstwie przemysłowym i służą do wytwarzania elementów niezbędnych w sektorach: samochodowym, w konstrukcjach stalowych, wytwarzania rur, przy budowach dróg, mostów i budynków, do budowy silników, części i wyposażenia dla lotnictwa, przy budowie i naprawie. statków, w kolejnictwie, przyczepy, obrabiarki, specjalne matryce i narzędzia, w przemyśle rowerowym, lotniczym, sprzęcie wojskowym i broni lekkiej, hutnictwie i wielkich piecach; wytwarza się z nich narzędzia ręczne, w przewodach kanalizacyjnych i spustowych, urządzenia sanitarne, grzejniki, kotły, zawory, łączniki rurowe, rury ciśnieniowe, łączniki, turbiny, generatory mocy, silniki spalinowe, maszyny, urządzenia rolnicze, urządzenia i sprzęt górniczy, kosiarki do trawników, traktory ogrodowe, maszyny budowlane, maszyny i sprzęt do eksploatacji pól naftowych, przenośniki i urządzenia podajnikowe, w włókiennictwie, wózki przemysłowe, maszyny i osprzęt walcarek, specjalne urządzenia przemysłowe, obróbce drewna, papiernictwie, poligrafii, pompach i osprzęcie do pompowania, sprężarkach, systemach przenoszenia mocy (łącznie z mechanizmami przenoszenia napędu i zmiany biegów), w piecach przemysłowych, komputerach, sprzęcie biurowym, sprzęcie do ogrzewania i chłodzenia, silnikach elektrycznych i generatorach, sprzęcie gospodarstwa domowego, sprzęcie komunikacyjnym, sprzęcie medycznym i dentystycznym, grach i zabawkach, aparaturze kontrolno – pomiarowej, wyrobach dla sportu i lekkoatletyki, a także w przemyśle spożywczym¹.

¹ USZCZEGÓLOWIENIE INTELIGENTNYCH SPECJALIZACJI WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

4. WYBÓR KLUCZOWYCH RYNKÓW EKSPORTOWYCH

4.1 ZAINTERESOWANIE DZIAŁALNOŚCIĄ EKSPORTOWĄ W BRANŻY

Zgodnie z wynikami badań przeprowadzonych na reprezentatywnej próbie przedsiębiorców z branży działalność eksportową prowadzi 37% badanych przedsiębiorców z sektora metalowo – odlewniczego. Pozostałe 63% nie rozszerza rynków zbytu swoich produktów/usług poza granice Polski, należy jednak wskazać, iż wszyscy badani deklarują, że w wytwarzane towary bądź świadczone usługi mogą stać się w przyszłości przedmiotem eksportu.

Tabela 1. Prowadzenie działalności eksportowej przez badane przedsiębiorstwa

Sektor inteligentnych specjalizacji	tak	nie
Sektor metalowo – odlewniczy	37%	63%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Średni udział przychodów ze strony odbiorców ich usług/towarów z zagranicy w całkowitej sprzedaży za 2018 rok wynosi około 36% wartości przychodów ze sprzedaży. Przy czym odpowiedzi ankietowanych w badaniu przedsiębiorców były bardzo zróżnicowane – wahały się od 1% do nawet 100% udziału przychodów eksportowych w całkowitej sprzedaży.

Kluczowym rynkiem wskazywanym jako kierunek eksportu są Niemcy. Zachodni sąsiad Polski jest jednym z najważniejszych rynków zbytu dla badanych przedsiębiorstw z sektora metalowo-odlewniczego. W dalszej kolejności przedsiębiorcy wskazywali jako kierunki eksportu następujące kraje: Czechy, Holandia i Austria. Inne kraje - zagraniczne rynki zbytu - były rzadziej wskazywane.

Rysunek 2. Kraje, do których przedsiębiorcy eksportują towary



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Wśród firm prowadzących działalność eksportową 79 % planuje jej dalsze rozszerzanie. Pozostałe 21% uważa, że nie jest to już konieczne, co może oznaczać dostateczne zadowolenie zarówno finansowe, jak i ogólne z prowadzonej działalności.

W przypadku potencjalnych, nowych rynków eksportowych podobnie jak w już prowadzonym eksporcie najliczniej wskazywanym krajem były Niemcy, za nimi Holandia, Belgia i Czechy. Pozostałe wskazania badanych były mniej liczne.

Rysunek 3. Potencjalne kraje, do których przedsiębiorcy chcieliby rozpocząć eksport towarów/usług



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Na podstawie przeprowadzonych badań można wskazać istnienie znaczącego potencjału rozwoju sprzedaży branży na rynkach zagranicznych. Na podstawie zainteresowania badanych przedsiębiorców oraz analizy danych statystycznych określono rynki, na których prowadzenie działań nienacjonalizacyjnych powinno przynieść najlepsze efekty.

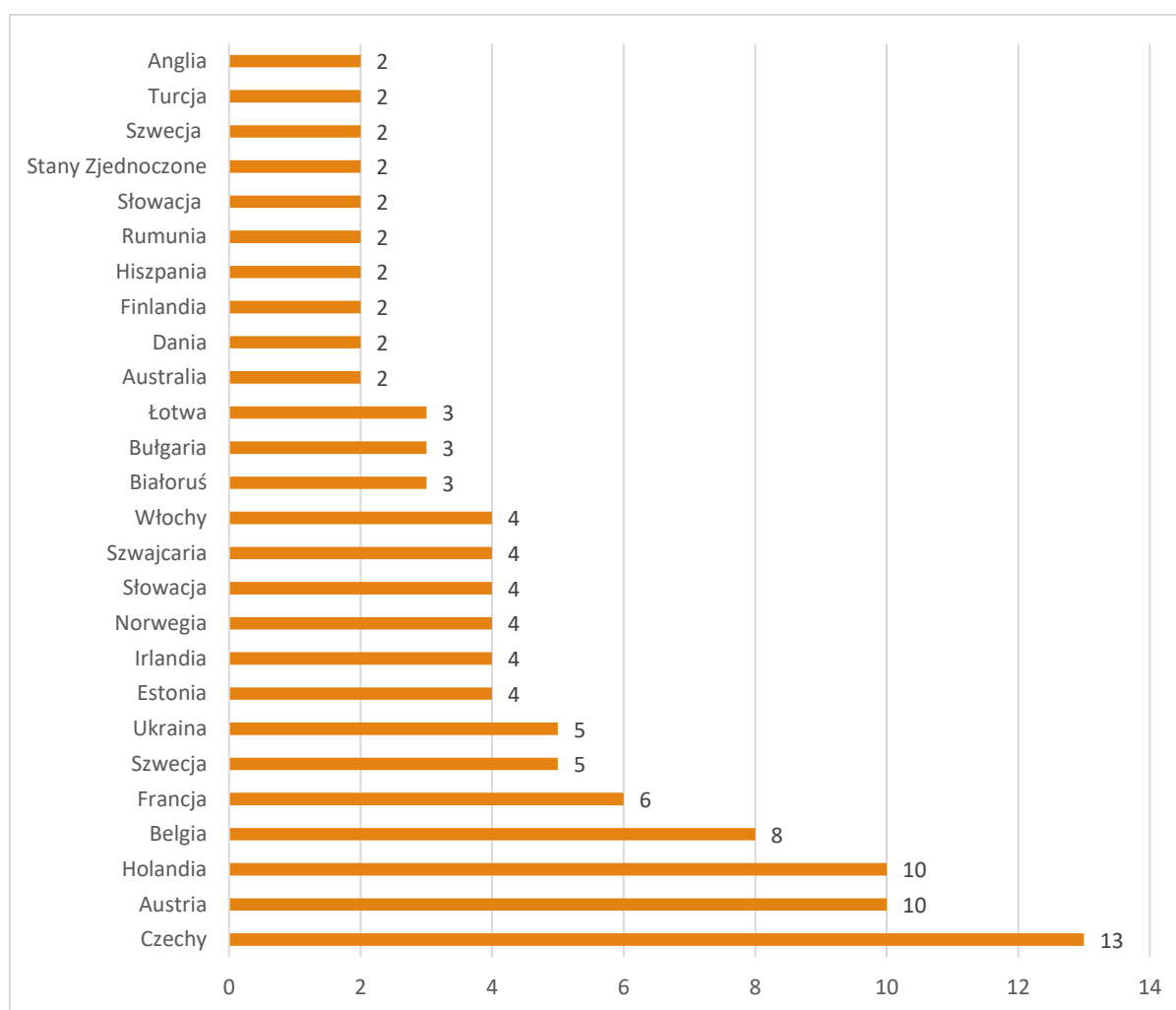
4.2 WYBÓR RYNKÓW ZAGRANICZNYCH

Przedsiębiorstwa branży metalowo-odlewniczej najczęściej prowadzą działalność eksportową na rynku niemieckim. Dominację tego kraju jako kierunku eksportu potwierdzają zarówno badania pierwotne przedsiębiorstw jak i analiza danych statystycznych.

W badaniu CATI rynek niemiecki był zdecydowanie najczęściej wskazywany jako obecny kierunek sprzedaży zagranicznej ankietowanych przedsiębiorstw.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Wykres 1 Liczba badanych przedsiębiorstw prowadzących działalność eksportową w poszczególnych krajach



Źródło: wyniki badania CATI

W dalszej kolejności wskazywano na rynki Holandii, Belgii i Czech jako najczęściej wykorzystywane kierunki eksportu.

W oparciu o przeprowadzaną analizę danych statystycznych potwierdzono obserwacje przedsiębiorców – Niemcy, Czechy i Holandia to kraje o największej sprzedaży eksportowej. Belgia natomiast charakteryzuje się najwyższą dynamiką wzrostu eksportu w ostatnich latach.

Tabela 2. Sprzedaż wyrobów metalowo – odlewniczych na wybranych rynkach eksportowych (mln PLN)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Niemcy	248	330	444	327	478	460	373	482	535	493
Holandia	19	72	50	12	19	23	39	49	59	64
Czechy	153	327	342	317	300	323	185	201	293	223

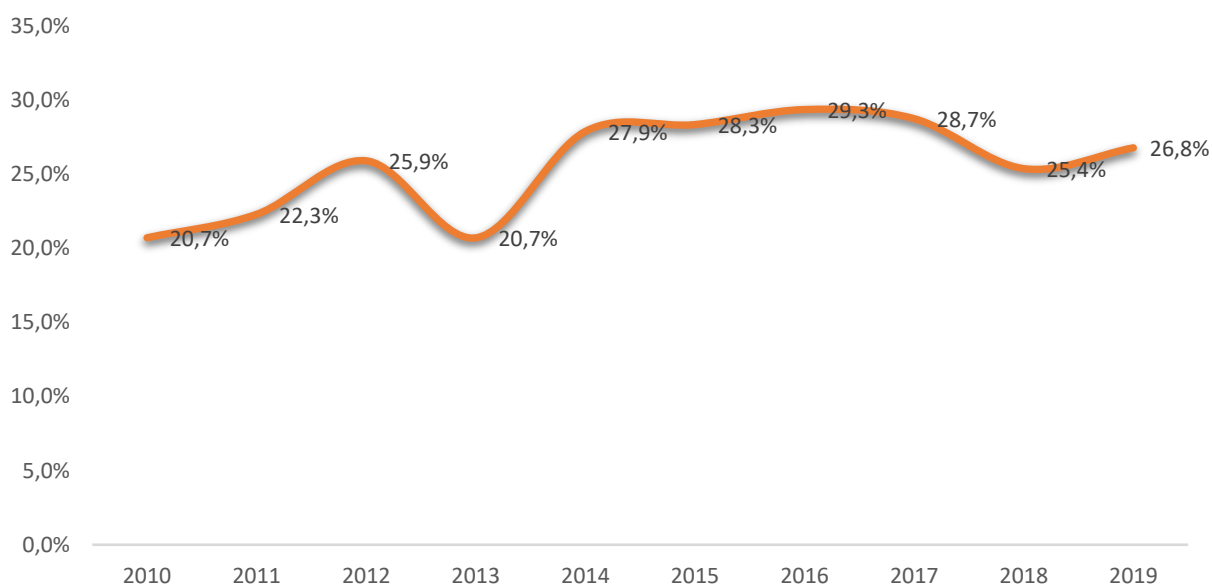
Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Belgia	4	5	16	6	7	7	7	8	9	13
Austria	18	21	52	25	26	31	35	45	53	40
Białoruś	12	3	3	6	7	4	4	4	4	4
Francja	8	7	10	17	14	14	11	26	22	23
Włochy	38	15	10	23	21	33	24	50	46	35
USA	1	5	2	2	1	7	13	7	15	11

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

Analiza danych statystycznych dotyczących eksportu branży z województwa świętokrzyskiego wskazuje, że Niemcy odpowiadają obecnie za prawie 27% całkowitego eksportu branży.² Wysoki udział rynku niemieckiego w strukturze eksportu utrzymuje się od wielu lat i jest trwałym zjawiskiem w analizowanej branży.

Wykres 2. Udział eksportu do Niemiec w całym eksporcie branży metalowej (%)



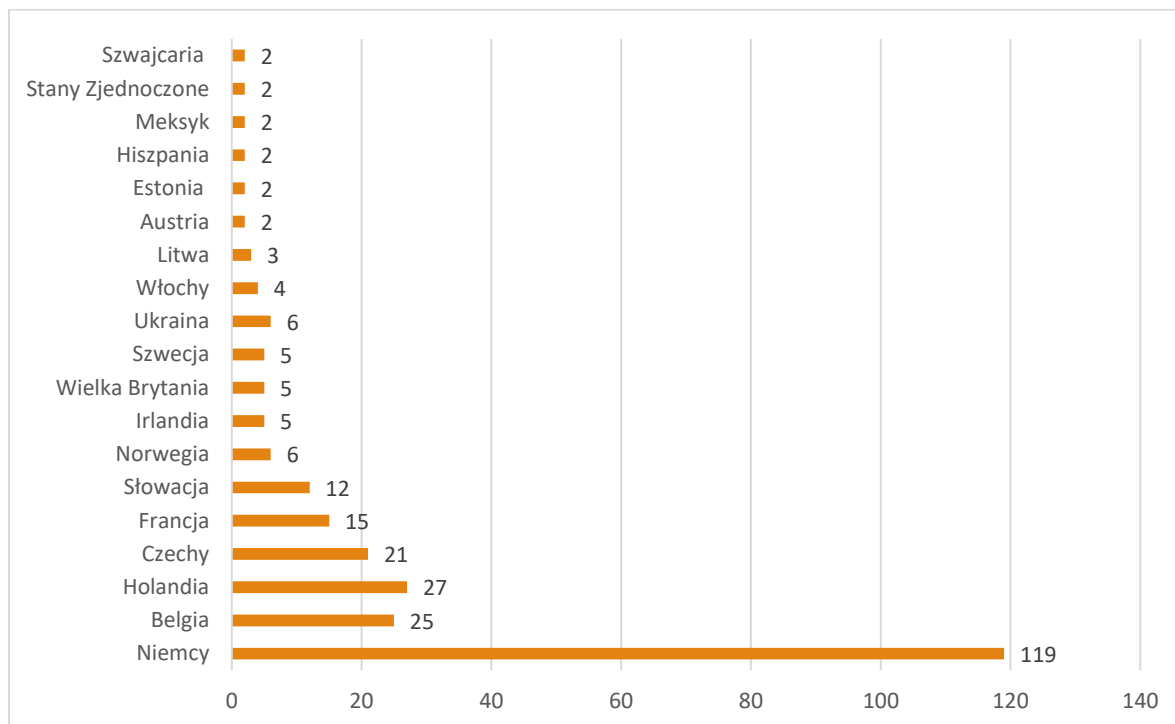
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

Rynek niemiecki był również zdecydowanie najczęściej wskazywanym rynkiem, na którym przedsiębiorcy biorący udział w badaniu ankietowym chcieliby podjąć działalność eksportową

² Centrum Analityczne Administracji Celnej dane za okres styczeń-listopad 2019

w przyszłości. Zestawienie rynku o największym zainteresowaniu ze strony przedsiębiorców branży metalowo-odlewniczej przedstawia wykres poniżej.

Wykres 3. Rynki, na których przedsiębiorcy z branży planują działalność eksportową w przyszłości



Źródło: wyniki badania CATI

Podobnie jak w przypadku obecnych kierunków eksportowych na kolejnych miejscach w rankingu potencjalnych krajów internacjonalizacji działalności branży znalazły się Holandia, Belgia i Czechy.

Na podstawie analizy wyników badań ankietowych jako perspektywiczne rynki eksportowe dla przemysłu metalowo - odlewniczego zidentyfikowano:



Dalsze analizy dotyczące potencjału rozwoju i wsparcia eksportu koncentrują się na tych czterech wybranych rynkach zagranicznych.

5. WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE NA TLE POLSKI

Województwo świętokrzyskie położone jest w Polsce Wschodniej. Region zalicza się do najslabiej rozwiniętych regionów Unii Europejskiej. Słaby poziom rozwoju potwierdza analiza podstawowych wskaźników ekonomicznych. Wartość produktu krajowego brutto wytwarzanego w województwie w 2017 roku wyniosła 46 202 milionów złotych i odpowiadała za 2,3% PKB Polski³. Produkt krajowy brutto w przeliczeniu na jednego mieszkańca w województwie świętokrzyskim należy do najniższych w kraju i charakteryzuje się słabą dynamiką (

Tabela 3).

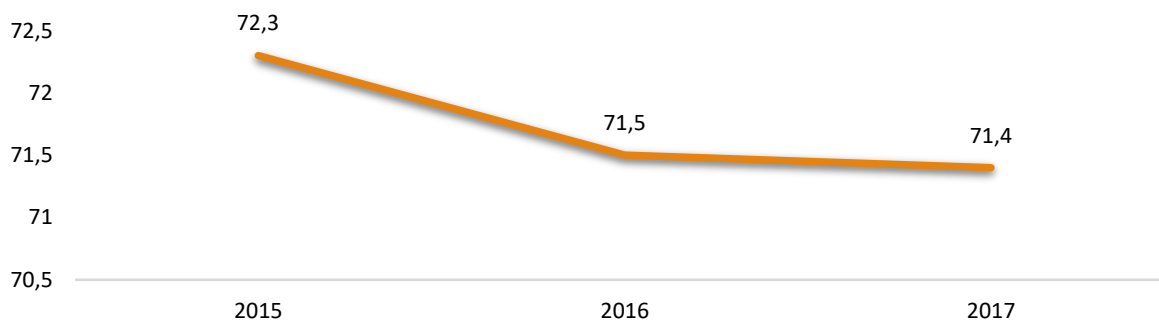
Tabela 3. Produkt krajowy brutto per capita (PLN) i jego dynamika

	Produkt krajowy brutto na 1 mieszkańca				Dynamika produktu krajowego brutto na 1 mieszkańca (100 = rok poprzedni)			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
POLSKA	46 814	48 433	51 776		104,7	103,5	106,9	
ŚWIĘTOKRZYSKIE	33 844	34 633	36 970		103,7	102,3	106,7	

Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Niska dynamika wzrostu PKB w regionie powoduje stałe zwiększanie się dystansu województwa w stosunku do reszty kraju. W latach 2015–2017 stosunek PKB per capita w województwie świętokrzyskim w stosunku do średniej krajowej obniżył się z 72,3% do 71,4%⁴. Należy zwrócić uwagę, że średnie roczne tempo wzrostu produktu krajowego brutto w regionie w latach 2010–2016 wyniosło w tym okresie 1,4% i było najniższe wśród województw Polski Wschodniej. Jednocześnie PKB na 1 mieszkańca w latach 2010–2015 rósł stosunkowo szybko na tle innych regionów Unii Europejskiej. Wartość jego wyrażona w standardzie siły nabywczej (PPS) w województwie świętokrzyskim w 2015 r. stanowiła 50% przeciętnej w UE, w roku 2010 wielkość ta wynosiła 48%⁵ (Wykres 4).

Wykres 4. PKB per capita województwa świętokrzyskiego w stosunku do PKB Polski (Polska = 100)



Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Słabe wyniki regionu wynikają przede wszystkim ze struktury gospodarki. W strukturze wartości dodanej brutto województwa największe znaczenie ma przemysł. W latach 2010–2015 jego udział

³ GUS Bank Danych Lokalnych

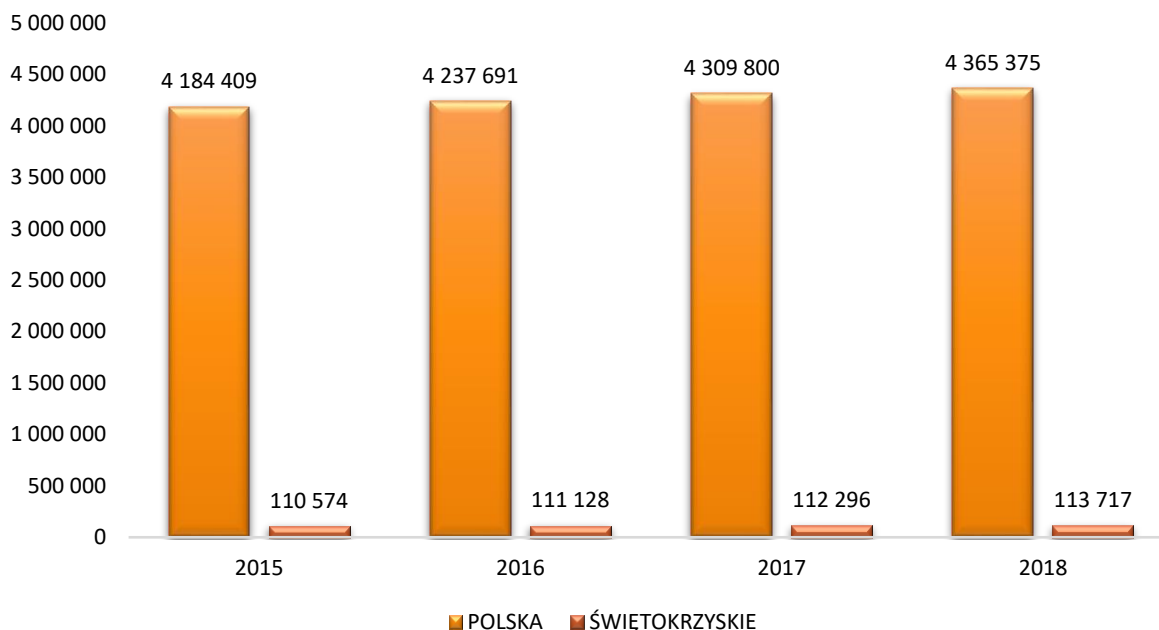
⁴ GUS Bank Danych Lokalnych

⁵ Potencjał społeczno-gospodarczy województwa świętokrzyskiego na tle województw Polski Wschodniej w latach 2010–2016, GUS, Kielce 2017 r.

zwiększył się z 26,0% do 27,2%⁶. Województwo charakteryzuje się przy tym niskim udziałem w przemyśle krajowym (2,6%), w produkcji sprzedanej przemysłu (2,3%) oraz nakładach inwestycyjnych (2,6%)⁷.

Województwo świętokrzyskie charakteryzuje się również stosunkowo niską liczbą podmiotów gospodarczych zarejestrowanych w rejestrze REGON. Na koniec 2016 w regionie funkcjonowało 113,7 tysiąca podmiotów. W całej Polsce liczba zarejestrowanych podmiotów przekroczyła w tym czasie 4 365 tysięcy⁸ (Wykres 5).

Wykres 5. Liczba podmiotów gospodarczych w rejestrze REGON (szt.)



Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Warto zauważyć, iż dynamika w regionie była niższa niż w kraju co przełożyło się na spadek udziału województwa świętokrzyskiego z 2,64% do 2,60% w okresie 2015–2018. 96% wszystkich przedsiębiorstw funkcjonujących na terenie województwa świętokrzyskiego to przedsiębiorstwa mikro zatrudniające od 0 do 9 pracowników.

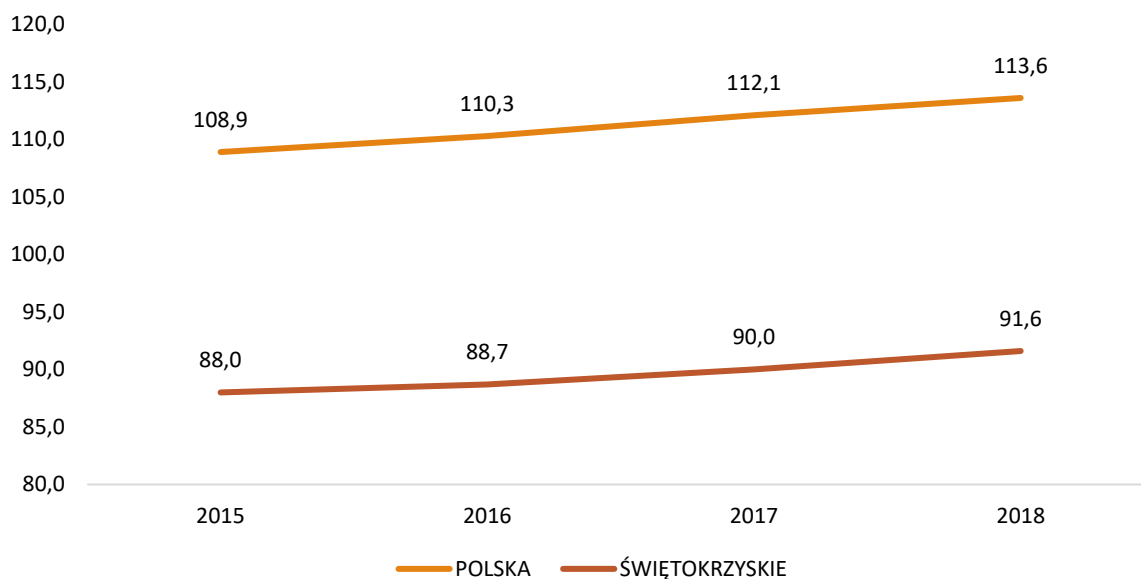
Podobnie jak ogólna liczba przedsiębiorstw wskaźnik liczby przedsiębiorstw przypadających na 1000 mieszkańców regionu jest w województwie świętokrzyskim znacząco niższy niż średnio w kraju. Na koniec 2018 roku wynosił 91,6 przy średniej krajowej 113,6 (Wykres 6).

Wykres 6. Liczba podmiotów gospodarczych na 1000 mieszkańców (szt.)

⁶ Potencjał społeczno-gospodarczy województwa świętokrzyskiego na tle województw Polski Wschodniej w latach 2010-2016, GUS, Kielce 2017 r.

⁷ Janina Wrońska-Kiczor Gospodarka województwa świętokrzyskiego Studia i Materiały Wydziału Zarządzania i Administracji Wyższej Szkoły Pedagogicznej im. Jana Kochanowskiego w Kielcach 2017 | R. 21, nr 1, t. 1 Efektywność i bezpieczeństwo gospodarowania, s. 11-25.

⁸ GUS Bank Danych Lokalnych



Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Największą grupę podmiotów gospodarki regionu stanowią przedsiębiorstwa handlowe. Drugą pod względem liczebności sekcję tworzyły podmioty zajmujące się głównie budownictwem. Warto przy tym zauważyć, że liczba podmiotów w branży budowlanej konsekwentnie wzrasta. Duże znaczenie dla województwa miało także m.in. przetwórstwo przemysłowe. Odsetek podmiotów prowadzących ten rodzaj działalności w latach 2010–2016 zwiększył się o 0,2% i na koniec 2016 roku wyniósł 9,3%⁹. Porównując strukturę podmiotów z województwami Polski Wschodniej świętokrzyskie charakteryzuje się relatywnie wyższym udziałem podmiotów zajmujących się handlem; naprawą pojazdów samochodowych oraz budownictwem.

W gospodarce regionu ciągle wysoki udział ma rolnictwo. Liczba gospodarstw rolnych na koniec 2016 roku wyniosła 85,3 tysięcy. 99,9% z nich stanowiły gospodarstwa indywidualne. Liczba gospodarstw rolnych maleje jednak stosunkowo szybko. W porównaniu z 2010 roku zmniejszyła się o 11,8%¹⁰.

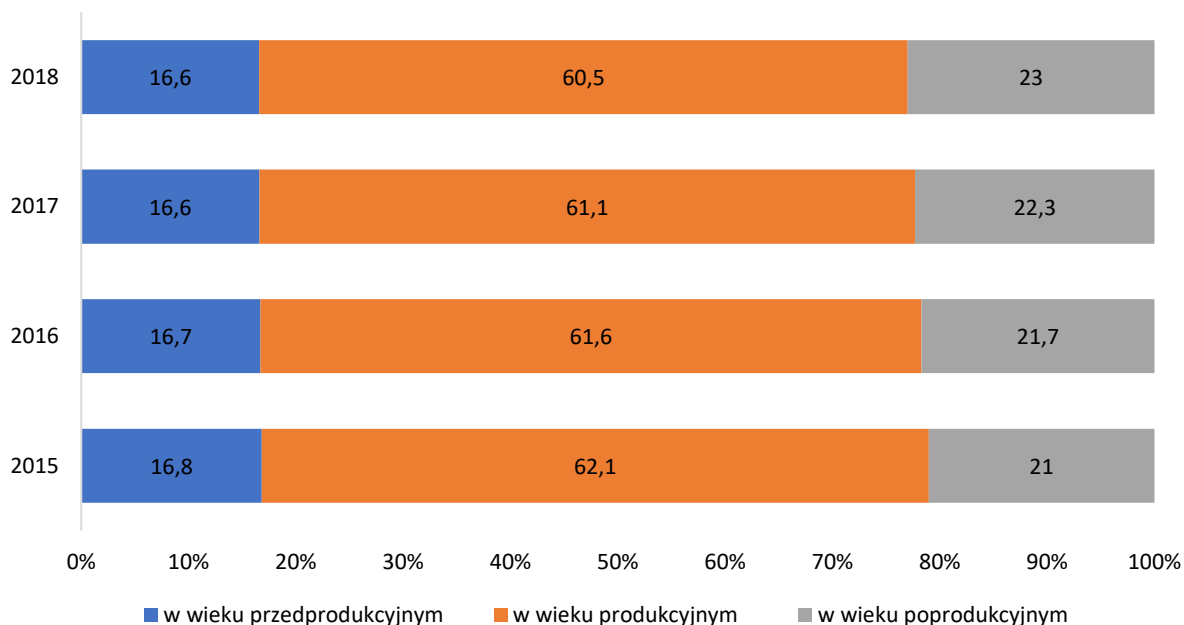
Województwo świętokrzyskie należy do jednych z mniejszych w Polsce pod względem ludnościowym. W 2016 roku w regionie zamieszkiwało 1252,9 tys. osób, co odpowiadało 3,3% mieszkańców Polski oraz 15,4% Polski Wschodniej. Negatywnie na tle kraju wyróżnia się struktura wiekowa ludności – w województwie świętokrzyskim obserwuje się wyższy niż średni w Polsce odsetek ludności w wieku poprodukcyjnym – 23% przy średniej w Polsce na poziomie 21,4%. Liczebność grupy w wieku emerytalnym zwiększyła się w latach 2015–2018 w województwie świętokrzyskim do około 300 tys. osób¹¹.

Wykres 7. Struktura wiekowa ludności województwa świętokrzyskiego [%]

⁹ GUS Bank Danych Lokalnych

¹⁰ Potencjał społeczno-gospodarczy województwa świętokrzyskiego na tle województw Polski Wschodniej w latach 2010–2016, GUS, Kielce 2017 r.

¹¹ GUS Bank Danych Lokalnych

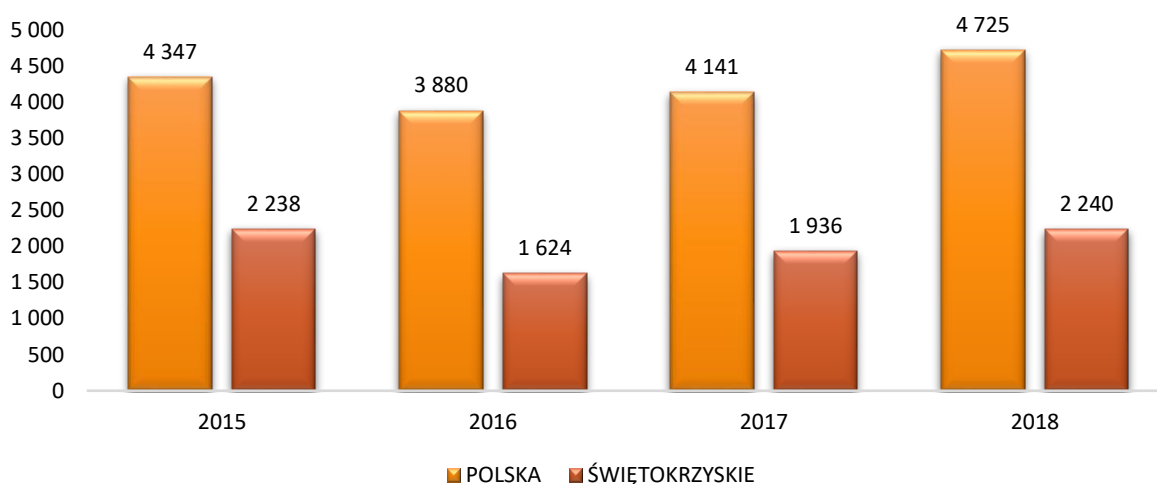


Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Zjawisko starzenia się społeczeństwa regionu wynika przede wszystkim z utrzymującego się stosunkowo niskiego przyrostu naturalnego, lecz na ujemnym poziomie pozostaje także saldo migracji. Pomimo poprawiającej się stopniowo sytuacji gospodarczej, województwo nie jest w stanie zapewnić mieszkańcom konkurencyjnej oferty i powstrzymać wyjazdów osób w wieku produkcyjnym do większych ośrodków miejskich i zagranicę.

Bardzo słabo na tle Polski prezentuje się poziom inwestycji przedsiębiorstw z województwa świętokrzyskiego i posiadany przez nie majątek. Wydatki inwestycyjne w przedsiębiorstwa regionu w przeliczeniu na 1 mieszkańca były w latach 2015–2018 ponad dwukrotnie niższe niż średnio w Polsce.

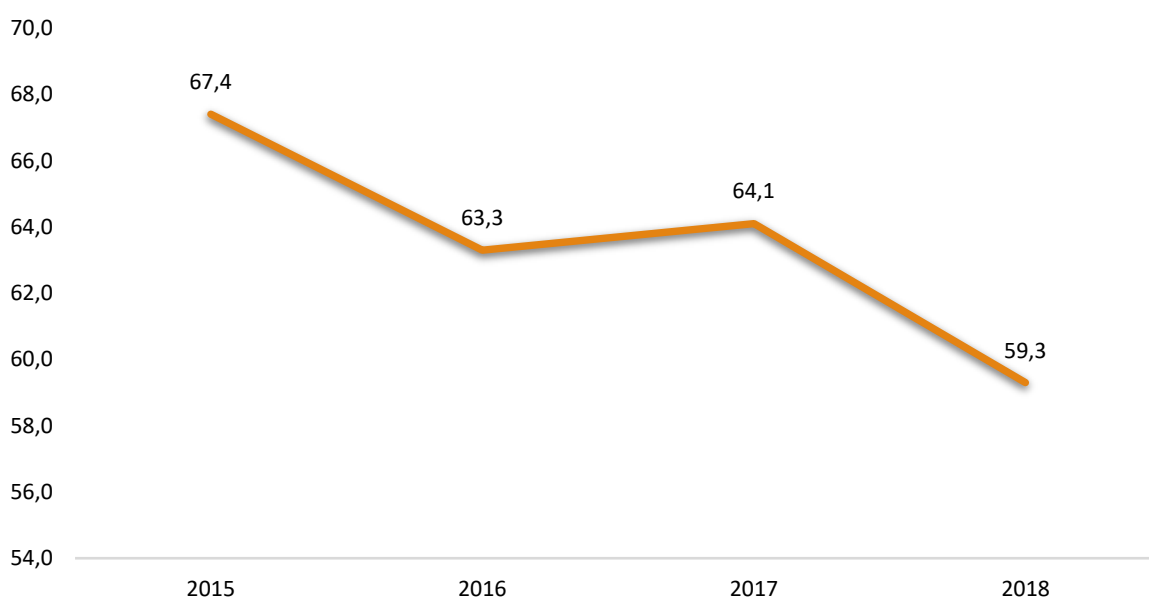
Wykres 8. Nakłady inwestycyjne przedsiębiorstw 1 mieszkańca (PLN)



Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Wartość środków trwałych brutto w przedsiębiorstwach regionu na koniec roku 2018 wynosił średnio 32 605 złotych i odpowiadała mniej niż 60% średniej wartości środków trwałych przedsiębiorstw w całym kraju¹². Niepokoić może zjawisko stałego spadku wskaźnika w odniesieniu do średniej krajowej (Wykres 9).

Wykres 9. Odsetek procentowy średniej wartości środków trwałych przedsiębiorstw w całym kraju [%]



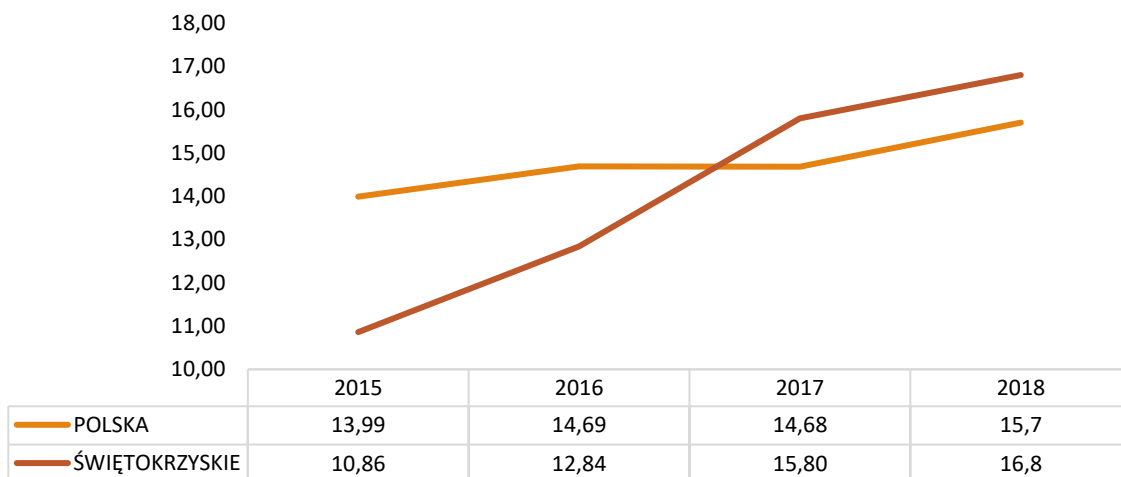
Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Przedsiębiorstwa innowacyjne w przemyśle w 2018 roku stanowiły 16,8% ogółu podmiotów gospodarczych w regionie. W skali Polski udział przedsiębiorstw innowacyjnych w przemyśle był niższy

¹² GUS Bank Danych Lokalnych

i wynosił jedynie 15,7%¹³. W tym wypadku województwo świętokrzyskie pozytywnie wyróżnia się na tle kraju. Wydatki na innowacje w przemyśle wynosiły w regionie w 2018 ponad 303,5 miliona złotych (Wykres 10).

Wykres 10. Przedsiębiorstwa innowacyjne w przemyśle (% ogółu przedsiębiorstw)



Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Pozytywnym zjawiskiem jest również internacjonalizacja przedsiębiorstw innowacyjnych w regionie świętokrzyskim. Nowe lub istotnie ulepszone produkty w znacznej części przeznaczone były na rynki zagraniczne. W 2016 roku udział eksportu w przychodach z ich sprzedaży w województwie świętokrzyskim przekraczał 50%¹⁴. Udział przychodów netto ze sprzedaży produktów przedsiębiorstw wysokiej i średniowysokiej techniki w przychodach netto ze sprzedaży produktów przedsiębiorstw przetwórstwa przemysłowego w 2017 r. w województwie świętokrzyskim wynosił 25,1% przy średniej krajowej wynoszącej 34,1%¹⁵.

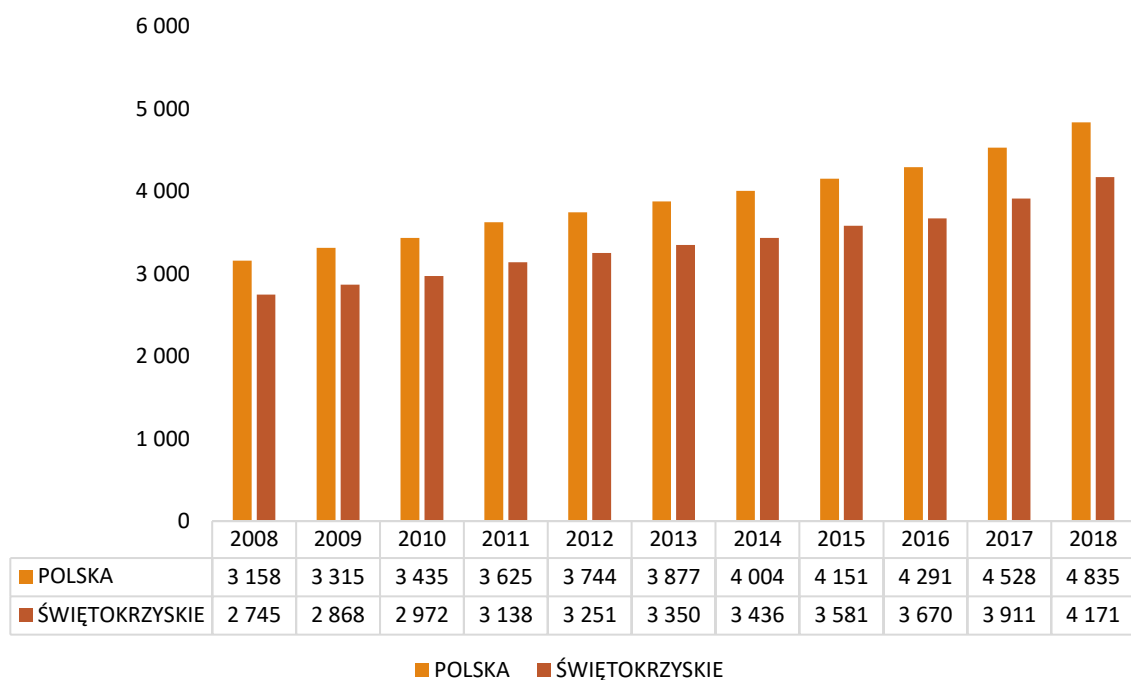
Przeciętne wynagrodzenie w województwie świętokrzyskim w 2018 roku wynosiło miesięcznie 4 171 złotych i stanowiło 86,3% średniego wynagrodzenia w Polsce. W stosunku do roku 2010 wynagrodzenie w regionie wzrosło o ponad 40%, jednak w odniesieniu do kraju poziom wynagrodzeń uległ zmniejszeniu z 86,9% do 86,3%. Porównanie wartości średnich wynagrodzeń w województwie i kraju przedstawia wykres poniżej (Wykres 11).

Wykres 11. Średnie wynagrodzenia miesięczne (PLN)

¹³ Potencjał społeczno-gospodarczy województwa świętokrzyskiego na tle województw Polski Wschodniej w latach 2010-2016, GUS, Kielce 2017 r

¹⁴ Potencjał społeczno-gospodarczy województwa świętokrzyskiego na tle województw Polski Wschodniej w latach 2010-2016, GUS, Kielce 2017 r

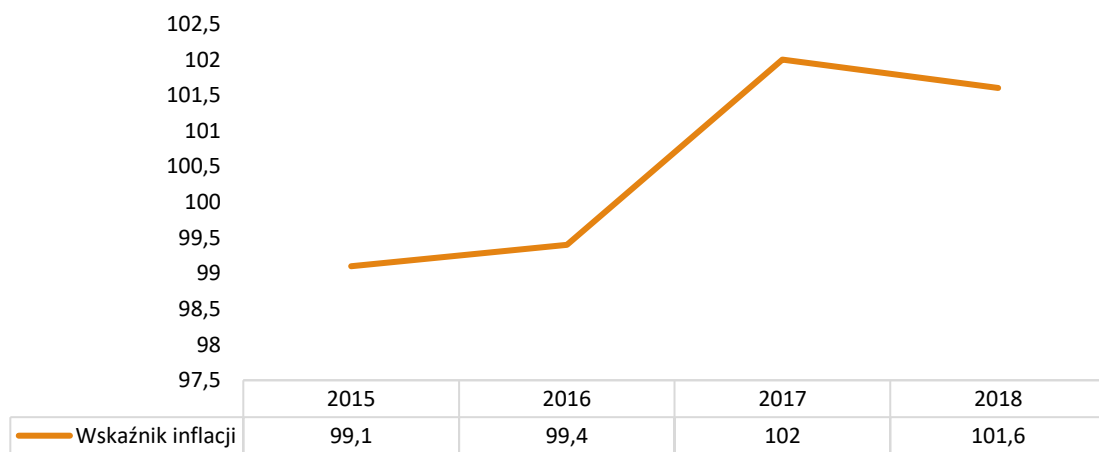
¹⁵ Nauka i technika w 2017 r., GUS, 2018 r.



Źródło: GUS – bank danych lokalnych

Inflacja w Polsce w latach 2015–2018 pozostawała na niskim poziomie. W latach 2015–2016 w kraju występowała deflacja, natomiast w kolejnych latach poziom inflacji nie przekraczał 2% w skali roku¹⁶ (Wykres 12).

Wykres 12. Stopa inflacji w Polsce



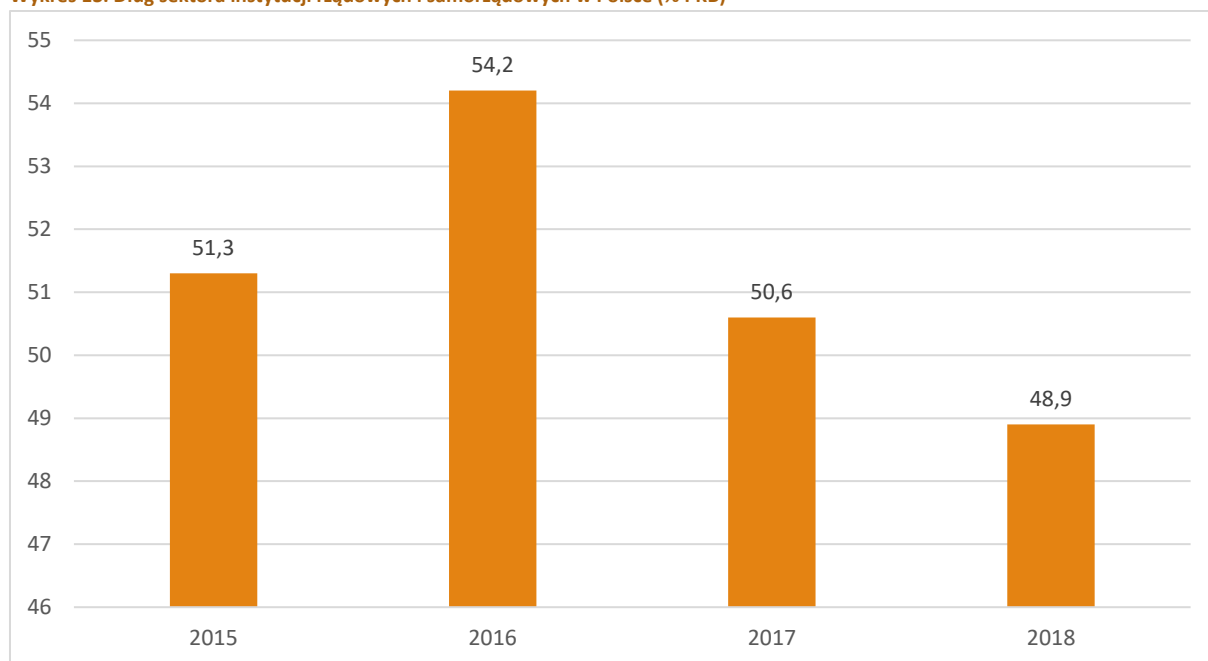
Źródło: GUS

¹⁶ GUS Bank Danych Lokalnych

Wyraźny wzrost inflacji w Polsce zaobserwowano w roku 2019 – na koniec 2019 inflacja osiągnęła poziom 3,4%¹⁷.

Deficyt sektora finansów publicznych w Polsce w 2018 roku wyniósł 48,9% produktu krajowego brutto, co oznacza stosunkowo wysoki poziom bezpieczeństwa finansów publicznych kraju¹⁸ (Wykres 13).

Wykres 13. Dług sektora instytucji rządowych i samorządowych w Polsce (% PKB)



Źródło: GUS

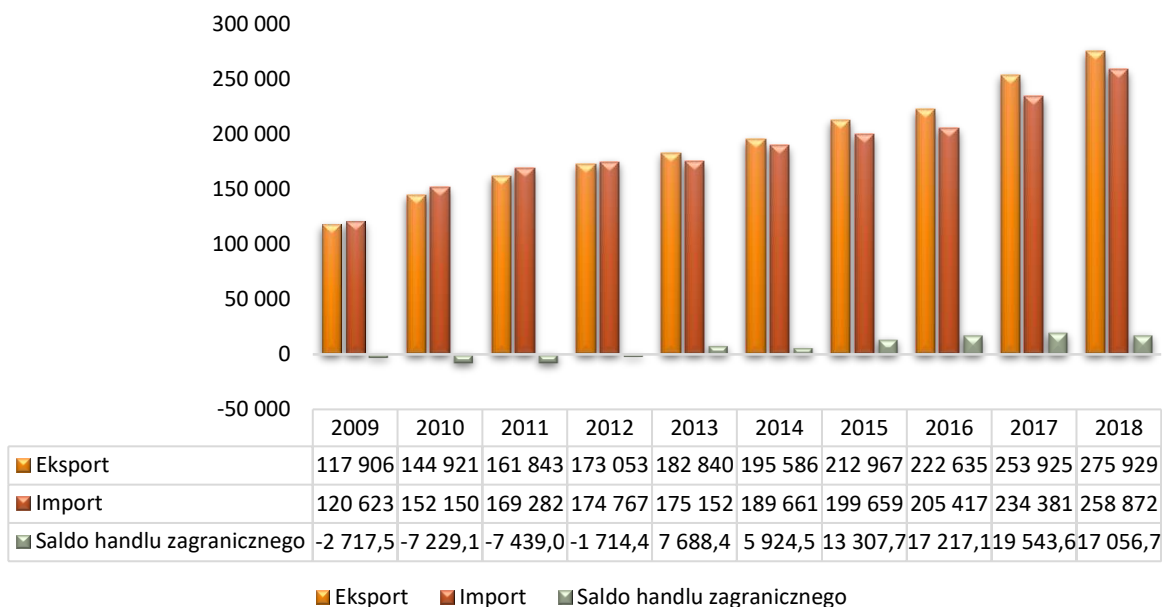
Polski eksport w roku 2018 przekroczył 275 miliardów EURO podczas gdy import wyniósł 258,9 miliardów EURO. Polska zanotowała nadwyżkę w handlu zagranicznym wynoszącą ponad 17 miliardów EURO¹⁹ (Wykres 14).

¹⁷ GUS – informacja bieżąca styczeń 2020

¹⁸ GUS – rachunki narodowe

¹⁹ Eurostat

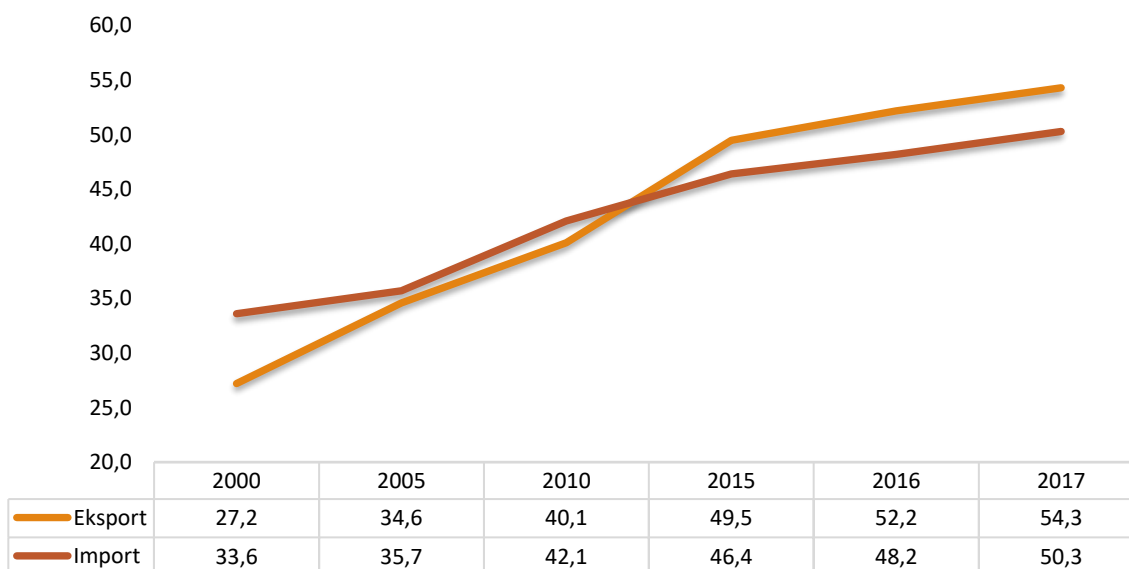
Wykres 14. Handel zagraniczny w Polsce (mln €)



Źródło: Eurostat

Polska charakteryzuje się stosunkowo wysokim udziałem handlu zagranicznego w gospodarce. Zarówno w zakresie eksportu jak i importu przekraczającym średnią globalną (Wykres 15).

Wykres 15. Udział handlu zagranicznego w PKB [%]



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

6. WARUNKI PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI EKSPORTOWEJ W WYBRANYCH KRAJACH

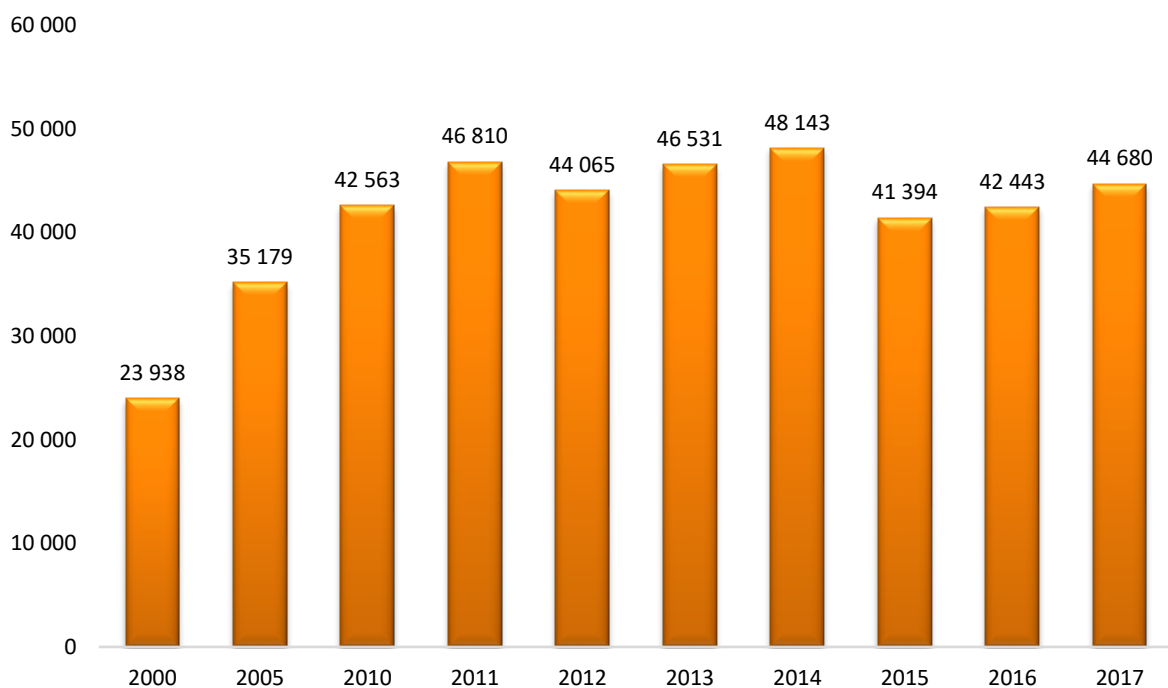
6.1 NIEMCY

Republika Federalna Niemiec (RFN) jest zachodnim sąsiadem Polski i zarazem jej największym partnerem handlowym. Jest to kraj o powierzchni 357 375,62 km² i ludności 82,5 miliona²⁰.

RFN jest stabilnym krajem należącym do struktur Unii Europejskiej i NATO. Niemcy to kraj federacyjny. Każdy kraj związkowy dysponuje znaczną autonomią. Dlatego też opisując ustrój polityczny Niemiec mamy do czynienia z poziomem federalnym (Bund) oraz z poziomem krajów związkowych (Land). Na poziomie krajów związkowych występuje duża niezależność stanowienia prawa lokalnego stąd regulacje gospodarcze mogą różnić się pomiędzy regionami kraju.

Gospodarka Niemiec to największa gospodarka Europy oraz czwarta co do wielkości na świecie. PKB Niemiec wyniósł w 2017 r. 3 693 mld USD, co daje 44 680 USD na osobę²¹ (Wykres 16).

Wykres 16. PKB per capita (USD)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

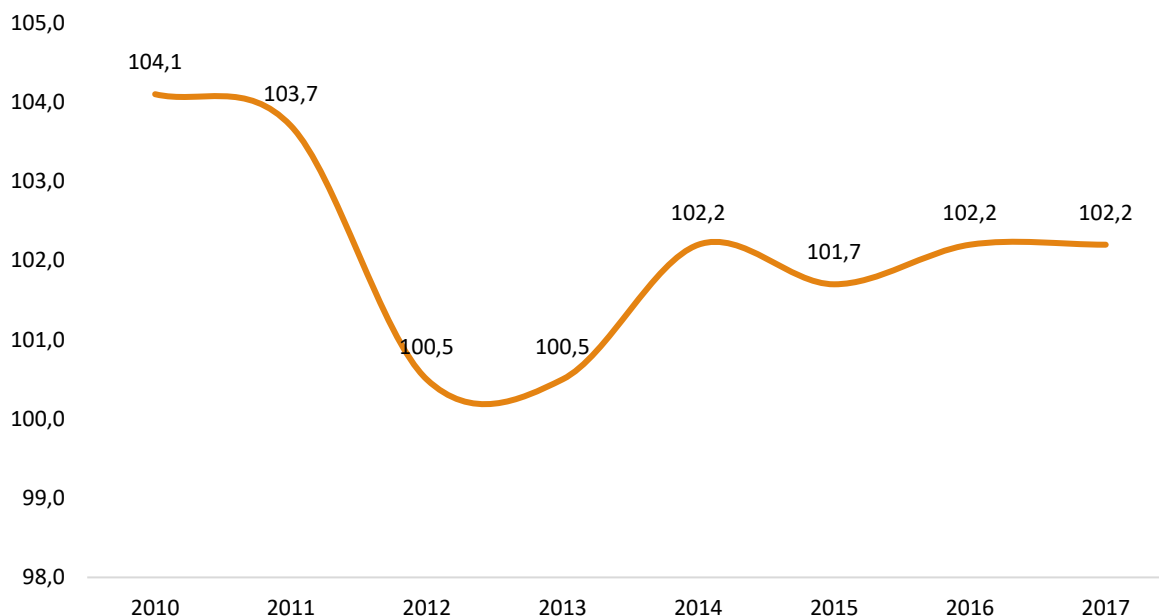
W latach 2014–2017 dynamika wzrostu PKB w ujęciu realnym w Niemczech oscylowała wokół 2% w skali roku. Wzrost skumulowany w latach 2010 – 2017 wyniósł 13,7%, a przeliczeniu na jednego

²⁰ PAIH Niemcy Przewodnik po rynku, październik 2018r.

²¹ GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

mieszkańca 12,0%. Były to wskaźniki zdecydowanie niższe niż w Polsce gdzie wzrost w tym okresie przekroczył 25%²². Dynamikę zmian PKB rok do roku przedstawia wykres poniżej (Wykres 17).

Wykres 17. Dynamika zmian PKB w ujęciu realnym (rok poprzedni = 100)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Niemcy prowadzą politykę zrównoważonego budżetu. Nadwyżka budżetowa Niemiec w 2017 r. wyniosła 41 mld EUR (1,3% PKB). Tendencja utrzymywania nadwyżki budżetowej utrzymuje się już od 2014 roku, co pozwala na stopniowe zmniejszanie długu publicznego, który obecnie ma wartość niecałych 2 bilionów EURO²³.

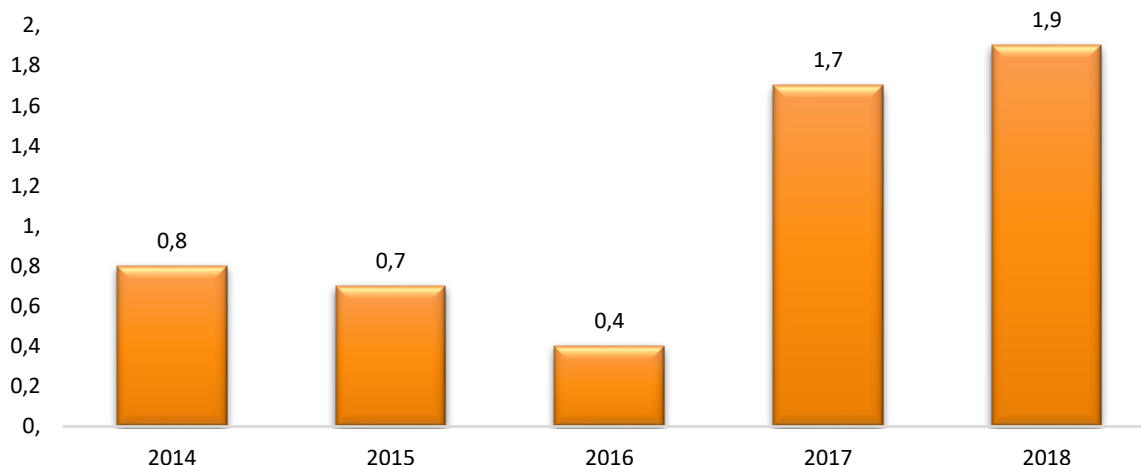
Inflacja w Niemczech pozostaje na niskim poziomie. W roku 2018 osiągnęła 1,9%²⁴ w stosunku do roku poprzedniego (Wykres 18).

²² GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

²³ PAIH Niemcy Przewodnik po rynku, październik 2018r.

²⁴ Eurostat

Wykres 18. Inflacja w latach 2014–2018 [%]



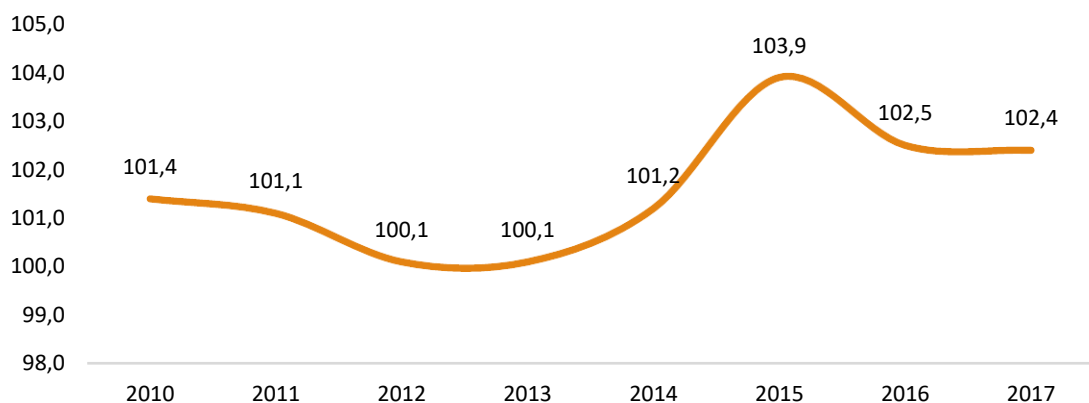
Źródło: Eurostat

Począwszy od 2016 roku stopa procentowa w Niemczech wynosi 0,0%²⁵.

Wydatki sektora instytucji rządowych i samorządowych w Niemczech były dość wysokie i stabilne w ostatnich latach, osiągając 44,3% PKB w 2016 roku. Dzięki nadwyżkom budżetowym deficyt sektora finansów publicznych został w ostatnich latach znacząco obniżony do poziomu 60% PKB z najwyższego w historii poziomu 81% osiągniętego w 2010 roku²⁶.

Konsumpcja na rynku niemieckim stopniowo wzrasta – w roku 2017 dynamika sprzedaży detalicznej wyniosła 2,4%, w okresie 2010–2017 średni wzrost sprzedaży wynosił 1,4%²⁷ (Wykres 19).

Wykres 19. Dynamika sprzedaży detalicznej (rok poprzedni = 100)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

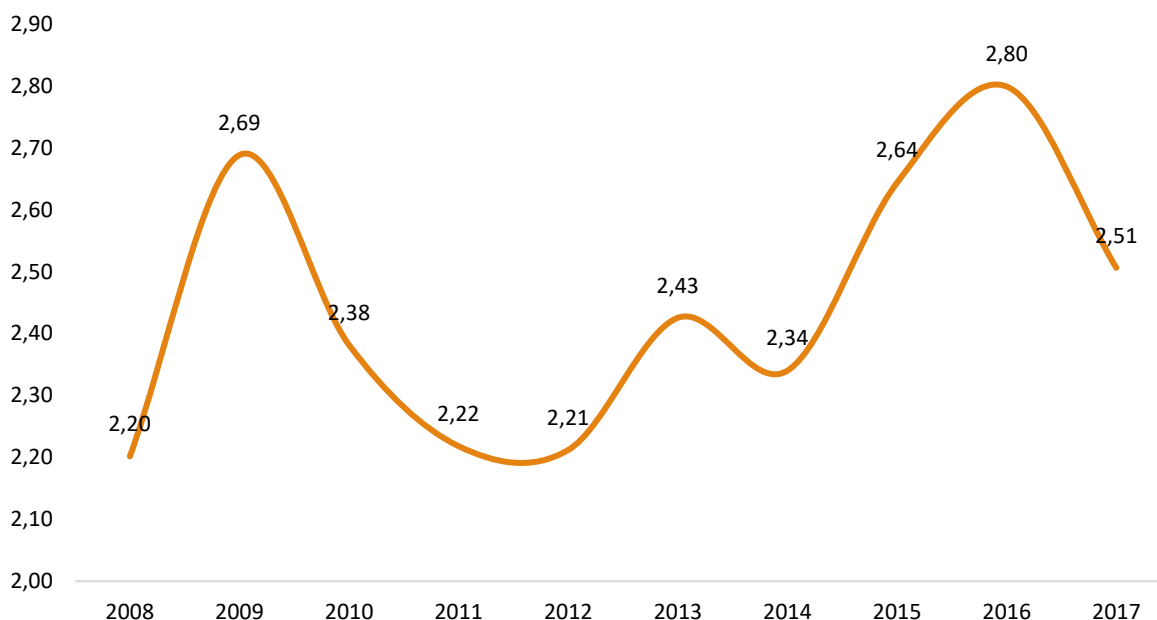
²⁵ PAIH Niemcy Przewodnik po rynku, październik 2018r.

²⁶ PAIH Niemcy Przewodnik po rynku, październik 2018r.

²⁷ GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Według danych Eurostat średni koszt wynagrodzeń w Niemczech w 2017 roku wynosił 59 900 EURO²⁸ rocznie. W ujęciu nominalnym był on 2,5 razy wyższy niż średnie wynagrodzenie w Polsce. Kształtowanie się różnic w poziomie wynagrodzeń w latach 2008–2017 pomiędzy Niemcami a Polską prezentuje wykres poniżej (Wykres 20).

Wykres 20. Stosunek nominalnego wynagrodzenia w Niemczech do wynagrodzeń w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych Eurostat

W rankingu Indeksu Doing Business mierzącego łatwość prowadzenia działalności gospodarczej oraz publikowanego co roku przez Bank Światowy Niemcy plasują się na 20-tym miejscu w zestawieniu za 2018 r.²⁹

Bezrobocie w Niemczech jest niskie. Wg danych niemieckiego Urzędu Pracy liczba osób bez pracy nie przekracza 2,276 mln co daje 5,3%³⁰.

Niemcy są również krajem o dobrze rozwiniętej infrastrukturze. Według wskaźnika Banku Światowego Logistics Performance Index 2018 Niemcy posiadają najlepszą infrastrukturę logistyczną na świecie. Infrastruktura drogowa obejmuje 230 100 km dróg z czego 12 900 km to autostrady. Niemiecka sieć dróg i autostrad należy do największych i najlepszych na świecie. Sieć transportowa w Niemczech wykorzystuje także potencjał rzek i szlaków wodnych. W Niemczech zlokalizowanych jest 24 portów morskich oraz 250 portów śródlądowych – w tym największy port rzeczny na świecie znajdujący się w Duisburgu. Łącznie w Niemczech funkcjonuje 7 350 km dróg wodnych. Innym bardzo ważnym

²⁸ Eurostat Average personnel costs by NACE Rev. 2

²⁹ PAIH

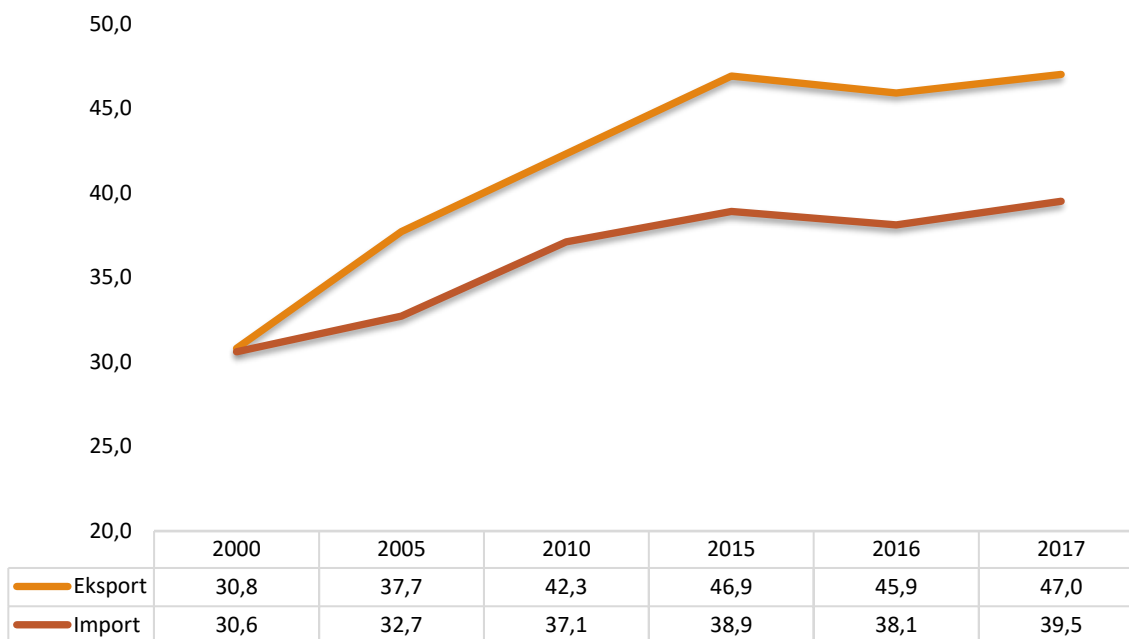
³⁰ Eurostat

elementem infrastruktury jest transport kolejowy. Sieć połączeń kolejowych wynosi ponad 37 900 km. W Niemczech znajduje się również 25 międzynarodowych lotnisk³¹.

W Niemczech bardzo dużą wagę przywiązuje się do wykorzystania potencjału odnawialnych źródeł energii – 33% ogólnej produkcji energii pochodzi ze źródeł odnawialnych.

Niemcy od lat wykazują nadwyżki w handlu zagranicznym. Saldo obrotów w handlu zagranicznym w 2016 roku wyniosło 279 371 milionów EURO. Eksport stanowi 47% PKB Niemiec podczas gdy import niecałe 40% PKB (Wykres 21).

Wykres 21. Udział handlu zagranicznego w PKB [%]



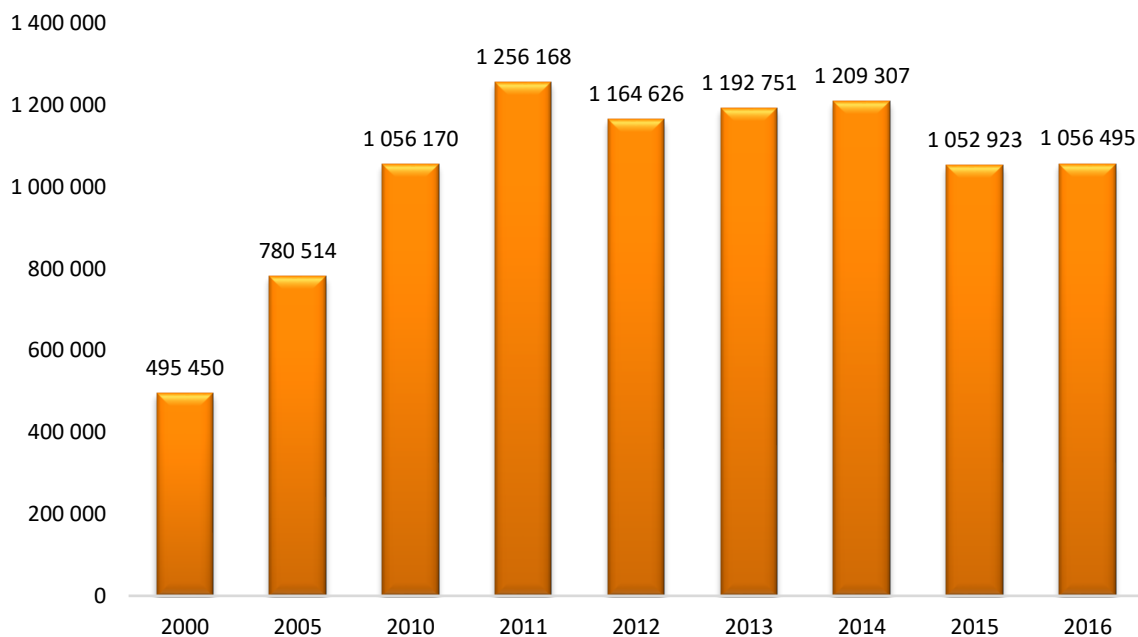
Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Niemcy są dużym importerem. Wartość importu do RFN w 2016 roku przekraczała 1 bilion EURO, najwyższy poziom w latach 2010–2016 import osiągnął w 2011 roku – 1,256 biliona EURO³² (Wykres 22).

³¹ PAIH Niemcy Przewodnik po rynku, październik 2018r.

³² GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

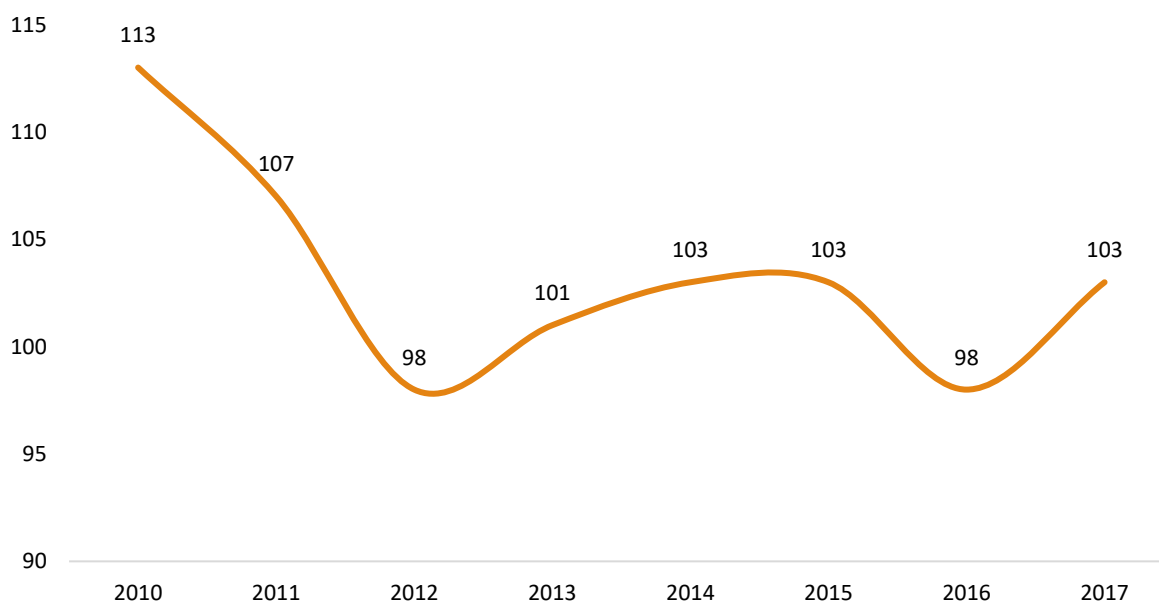
Wykres 22. Wartość importu do Niemiec (mln €)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Niemiecki import w latach 2010–2017 rósł średnio w tempie 3% rocznie. Kształtowanie się dynamiki importu prezentuje wykres poniżej (Wykres 23).

Wykres 23. Dynamika importu (rok poprzedni = 100)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

W strukturze importu najważniejszymi pozycjami są Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy (36% importu w 2015r.) oraz Produkty przetwórstwa przemysłowego i inne (31%)³³.

Niemcy są największym rynkiem europejskim położonym w bezpośrednim sąsiedztwie Polski. Wysoki poziom wynagrodzeń i cen konsumentów w stosunku do Polski pozwala na osiąganie przez polskie przedsiębiorstwa cenowej przewagi konkurencyjnej i wysokich marż.

Jednocześnie należy zwrócić uwagę na słabą obecnie koniunkturę na rynku niemieckim. Wskaźnik PMI obrazujący koniunkturę w branży przemysłowej w Niemczech we wrześniu 2019 roku wyniósł jedynie 41,4 punktu³⁴. Jest to najgorszy wynik od czerwca 2009 roku i jednocześnie wynik znacznie poniżej poziomu 50,0 punktów uważanego za poziom świadczący o dobrej koniunkturze gospodarczej. Wskaźnik PMI dla Niemiec pozostaje na niskim poziomie od początku 2019 roku.

6.2 HOLANDIA

Holandia to kraj położony w Europie Zachodniej. Powierzchnia kraju wynosi 41 526 km² i jest zbliżona wielkością do Danii czy Belgii. Holandię zamieszkuje 15,7 miliona mieszkańców, co oznacza że jest to jeden z najgęściej zaludnionych krajów na świecie – na 1 km² powierzchni przypada 465 osób³⁵.

Holandia jest parlamentarną monarchią konstytucyjną. Kraj dzieli się na 12 prowincji i 636 gmin. Funkcję głowy państwa sprawuje monarcha. Holandia należy do następujących organizacji międzynarodowych o charakterze ekonomicznym:

- Unii Europejska (UE)
- Światowej Organizacji Handlu (WTO)
- Banku Światowego,
- Międzynarodowego Funduszu Walutowego (MFW)
- Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)
- ONZ

Oficjalnym językiem jest holenderski, używany przez około 90 procent populacji³⁶.

Holandia zapewnia bardzo dobry klimat dla zagranicznych przedsiębiorców. Kraj posiada dobrze rozwiniętą infrastrukturę i strategię dla międzynarodowego biznesu. Według Forbesa, Holandia była trzecim z najlepszych miejsc na świecie dla prowadzenia biznesu w 2017³⁷.

Wartość Produktu Krajowego Brutto Holandii w 2017 osiągnęła 831 miliardów USD³⁸.

³³ GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

³⁴ <https://tradingeconomics.com/>

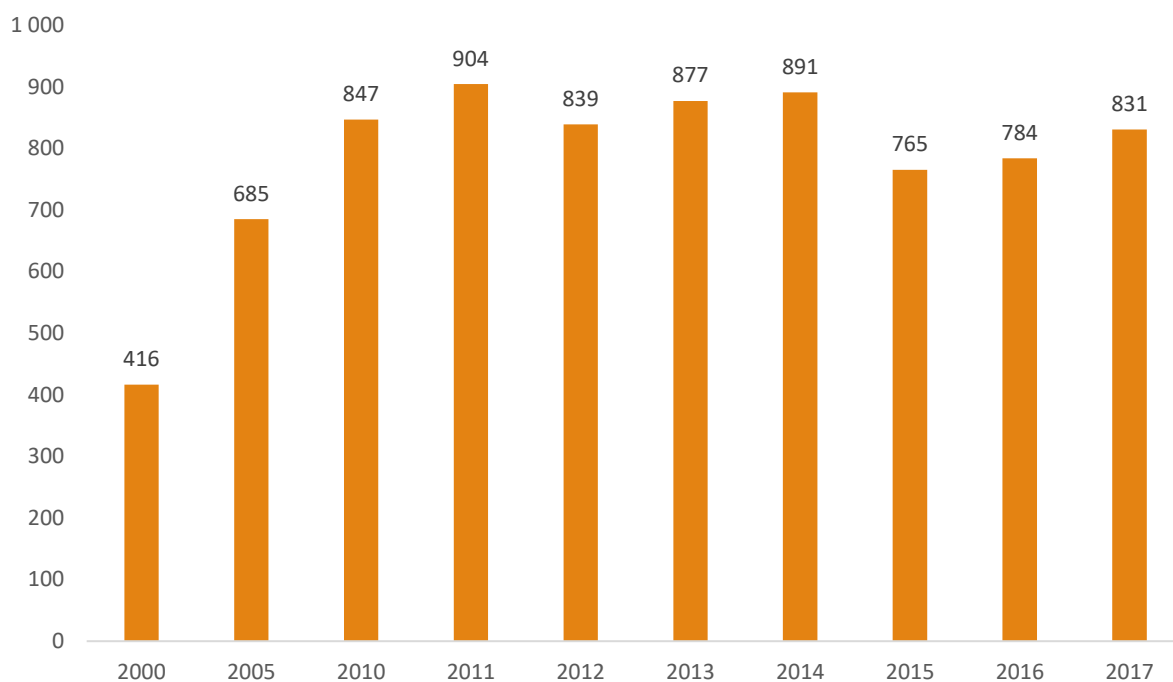
³⁵ Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

³⁶ Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

³⁷ Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

³⁸ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

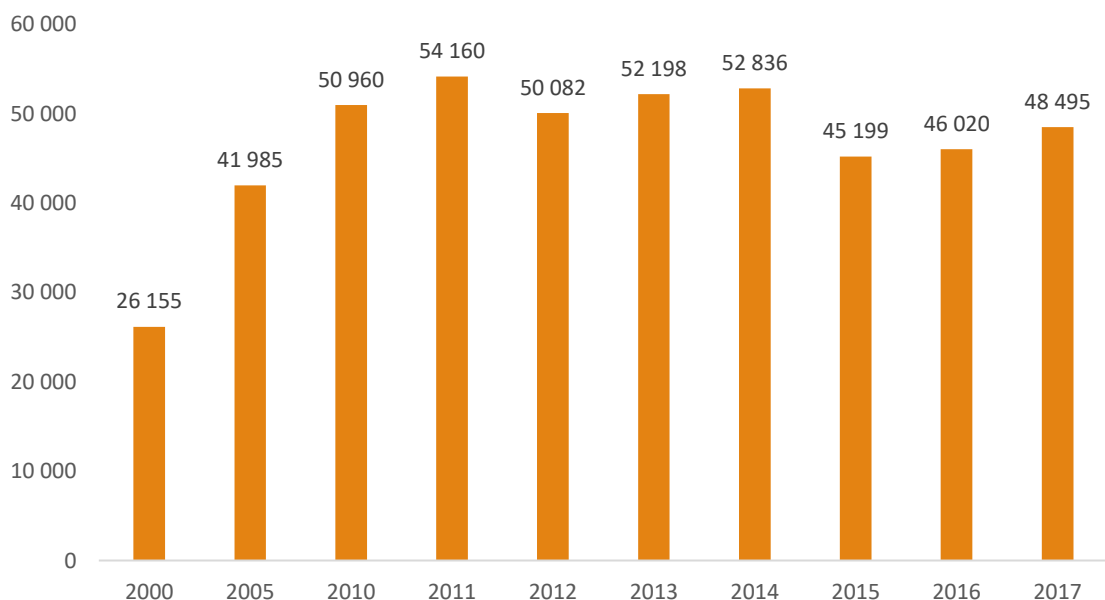
Wykres 24 Produkt Krajowy Brutto (mld USD)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Wartość produktu krajowego brutto w przeliczeniu na jednego mieszkańca w 2017 roku osiągnęła 48 495 USD³⁹ i w ujęciu nominalnym była ponad 3 krotnie razy wyższa niż w Polsce.

Wykres 25 PKB per capita (wartość nominalna USD)

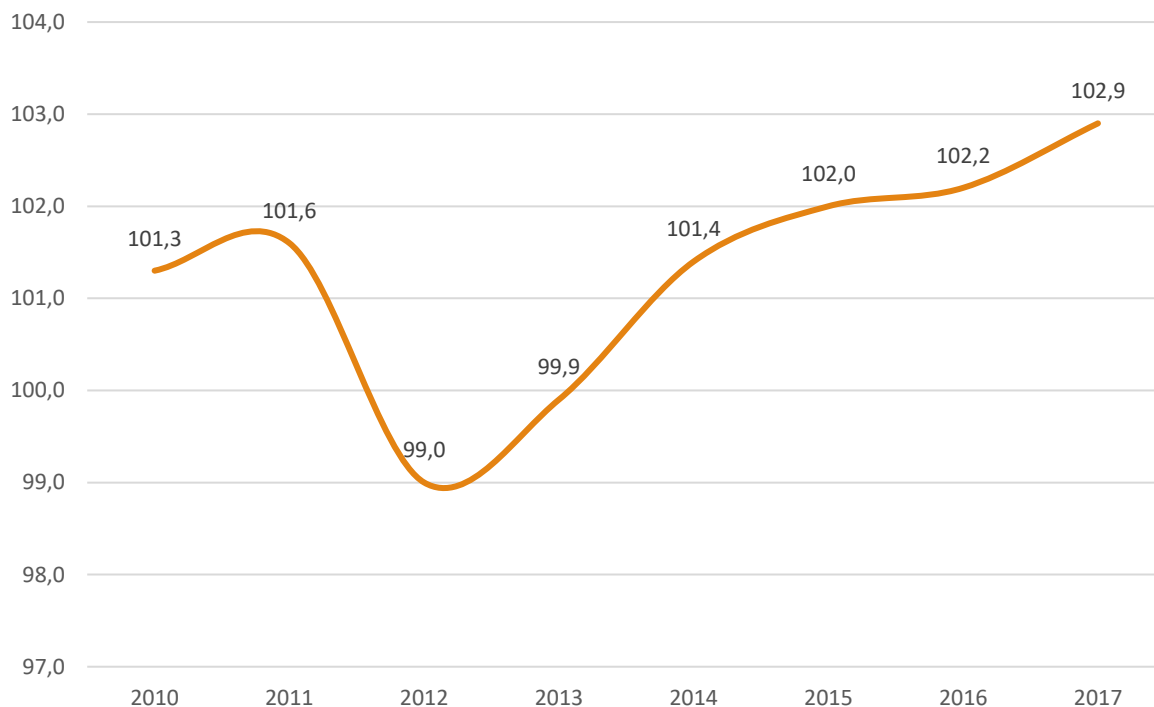


Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

³⁹ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Wzrost PKB w latach 2010-2017 wynosił średnio 1,3% rocznie⁴⁰. W roku 2017 wzrost wyniósł 2,9%. W latach 2013 – 2017 tempo wzrostu PKB w Holandii wyraźnie rośnie, co wskazuje na poprawę ogólnej koniunktury w gospodarce kraju.

Wykres 26. Tempo wzrostu PKB (rok poprzedni = 100)



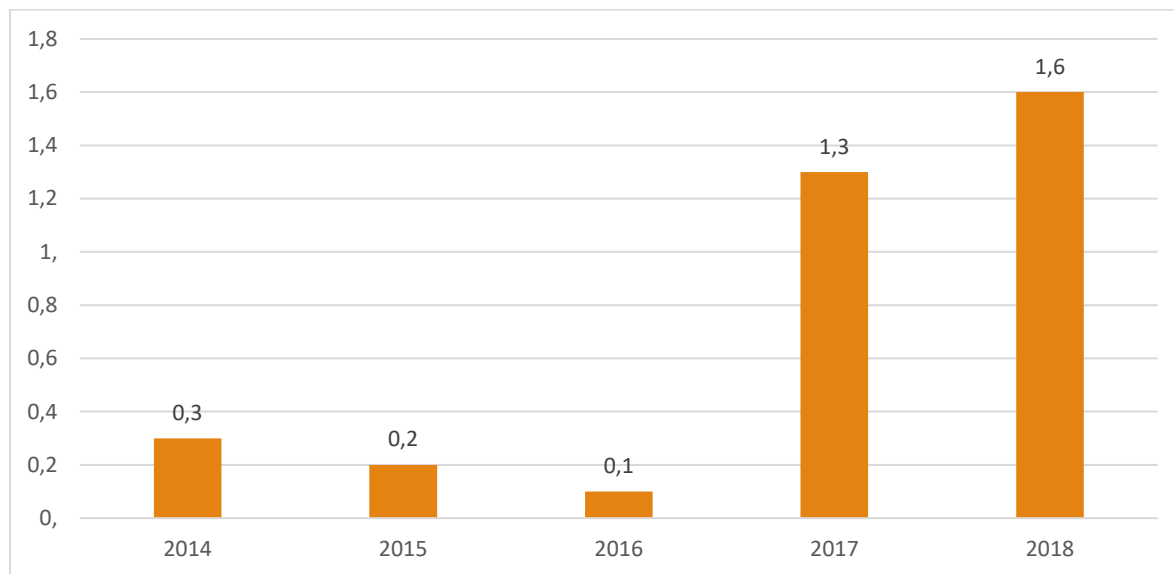
Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Walutą obowiązującą w Holandii jest EURO. Stopy procentowe od 2016 roku pozostają na poziomie 0,0%. Inflacja w kraju pozostaje na niskim poziomie. W roku 2018 osiągnęła 1,6% w stosunku do roku poprzedniego⁴¹.

⁴⁰ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁴¹ Eurostat

Wykres 27. Inflacja w Holandii rok do roku (%)



Źródło: Eurostat

Wiodącym sektorem w gospodarce kraju są usługi odpowiadające za 74% wytwarzanego PKB. Przemysł odpowiada za około 24% PKB, a rolnictwo za 2%⁴².

Holandia posiada największe w Unii Europejskiej zasoby gazu ziemnego. Rezerwy tego surowca szacowane są na 1390 miliardów m³. Wydobycie gazu ziemnego stanowi 87% całkowitego wydobycia bogactw naturalnych kraju⁴³.

Kraj dysponuje nowoczesną infrastrukturą transportową i komunikacyjną. Holandia posiada 137 tysięcy km dróg, 6,2 tysięcy km dróg wodnych oraz 2,8 tysięcy km tras kolejowych. W kraju funkcjonuje pięć lotnisk (Amsterdam Schiphol, Eindhoven, Groningen, Maastricht, Rotterdam) oraz osiem dużych portów morskich: Amsterdam, Delfzijl and Eemshaven, Ijmuiden, Moerdijk, Rotterdam, Scheveningen, Terneuzen, Vlissingen. Port Rotterdam jest największym portem w Europie pod względem ilości przeładowywanych towarów. Każdego roku w porcie przeładowywanych jest około 400 milionów ton towarów⁴⁴.

Dynamika spożycia w Holandii w roku 2017 wyniosła 1,6% w stosunku do roku poprzedniego. W okresie 2010-2017 spożycie indywidualne w tym kraju zwiększyło się łącznie 2,6% w ujęciu realnym⁴⁵.

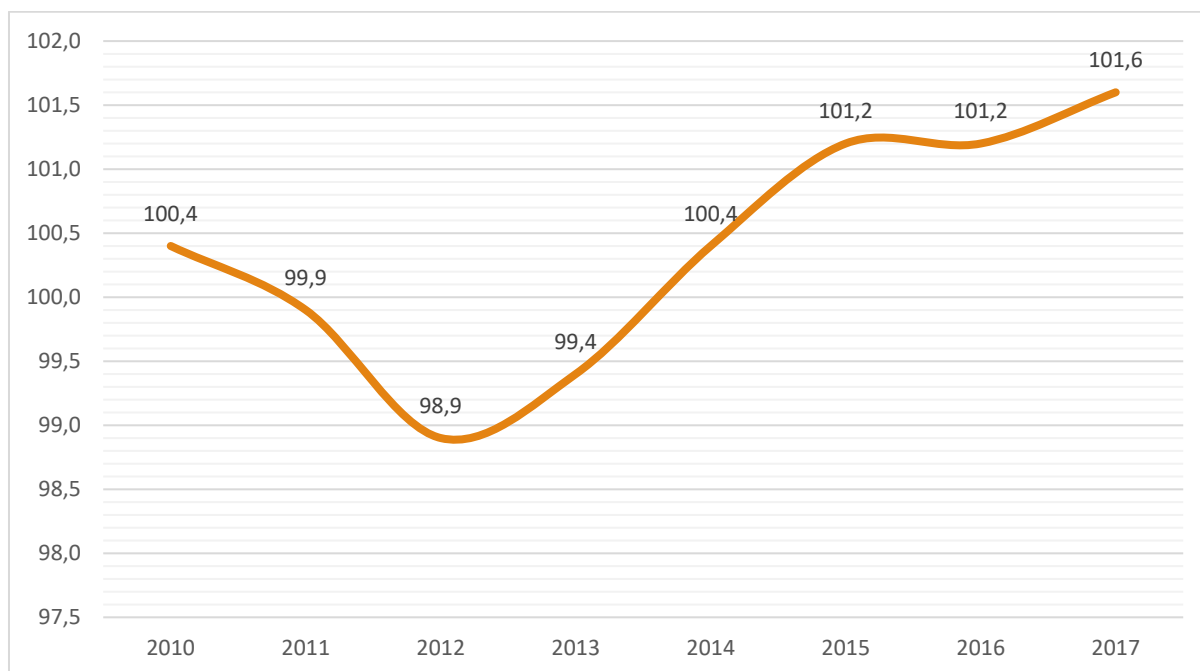
⁴² Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

⁴³ Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

⁴⁴ Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

⁴⁵ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

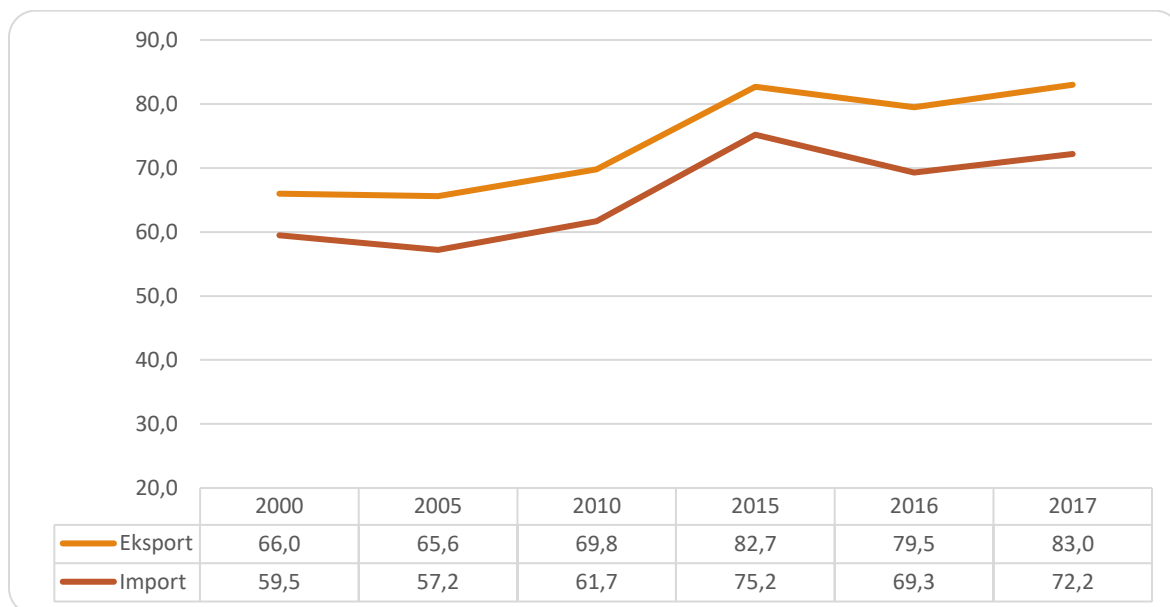
Wykres 28 Dynamika spożycia (ceny stałe, rok poprzedni = 100)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Gospodarka Holandii charakteryzuje się wysoką otwartością, co przejawia się w dużym udziale handlu zagranicznego w PKB. Zarówno w przypadku importu jak i eksportu udział ten od lat przekracza 60%⁴⁶.

Wykres 29. Udział handlu zagranicznego w PKB Holandii (%)

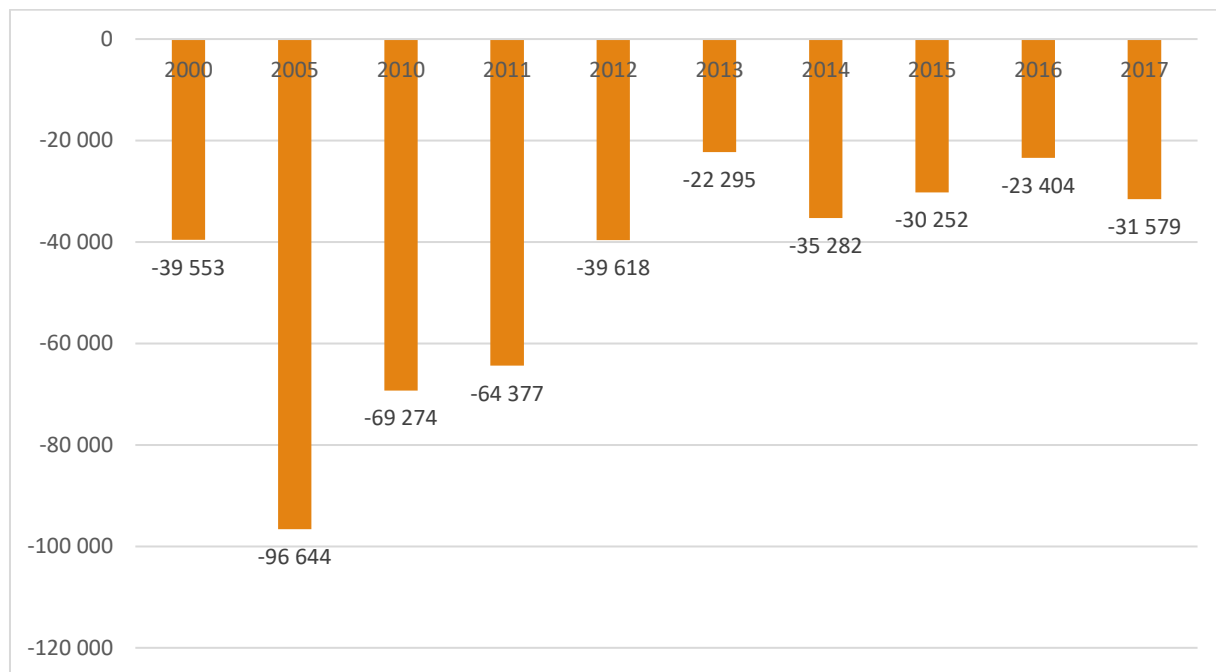


Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁴⁶ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Gospodarka Holandii charakteryzuje się wysokim deficytem w handlu zagranicznym. W roku 2017 saldo obrotów handlu zagranicznego kraju wyniosło (-31 579) milionów EURO⁴⁷. Deficyt jest zjawiskiem trwałym i utrzymuje się od roku 2000.

Wykres 30. Saldo handlu zagranicznego Holandii (mln €)



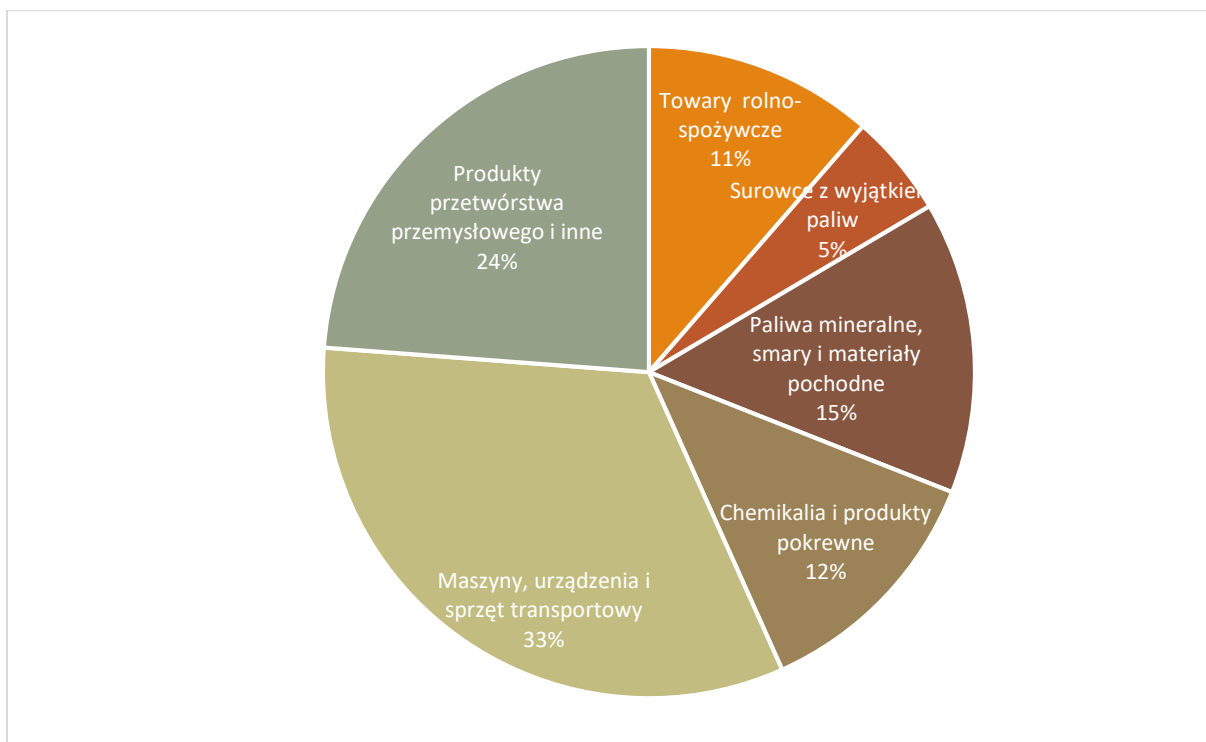
Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

W strukturze importu Holandii najważniejszymi pozycjami są Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy odpowiadający w 2015 roku za 33% importu oraz Produkty przetwórstwa przemysłowego stanowiące 24% importu⁴⁸. Na uwagę zasługuje wyższy niż w innych krajach Unii Europejskiej udział importu paliw, smarów i materiałów pochodnych, który w 2017 roku wyniósł 15% importu ogółem.

⁴⁷ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁴⁸ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Wykres 31 Struktura importu Holandii w 2017r. (%)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Holandia jest ważnym partnerem handlowym Polski. Największy udział w eksporcie do Holandii mają urządzenia mechaniczne i elektryczne, produkty mineralne, artykuły spożywcze i napoje, pojazdy i jednostki pływające, produkty pochodzenia zwierzęcego i zwierzęta żywe, wyroby różne, wyroby z metali nieszlachetnych, tworzywa sztuczne oraz materiały i wyroby włókiennicze.

Holandia aż do 2012 roku była największym inwestorem zagranicznym w Polsce. Wartość skumulowanych inwestycji Królestwa Niderlandów wynosi obecnie, według danych NBP, ponad 26,3 miliarda EURO⁴⁹.

⁴⁹ Holandia przewodnik po rynku, PAIH, 2018r.

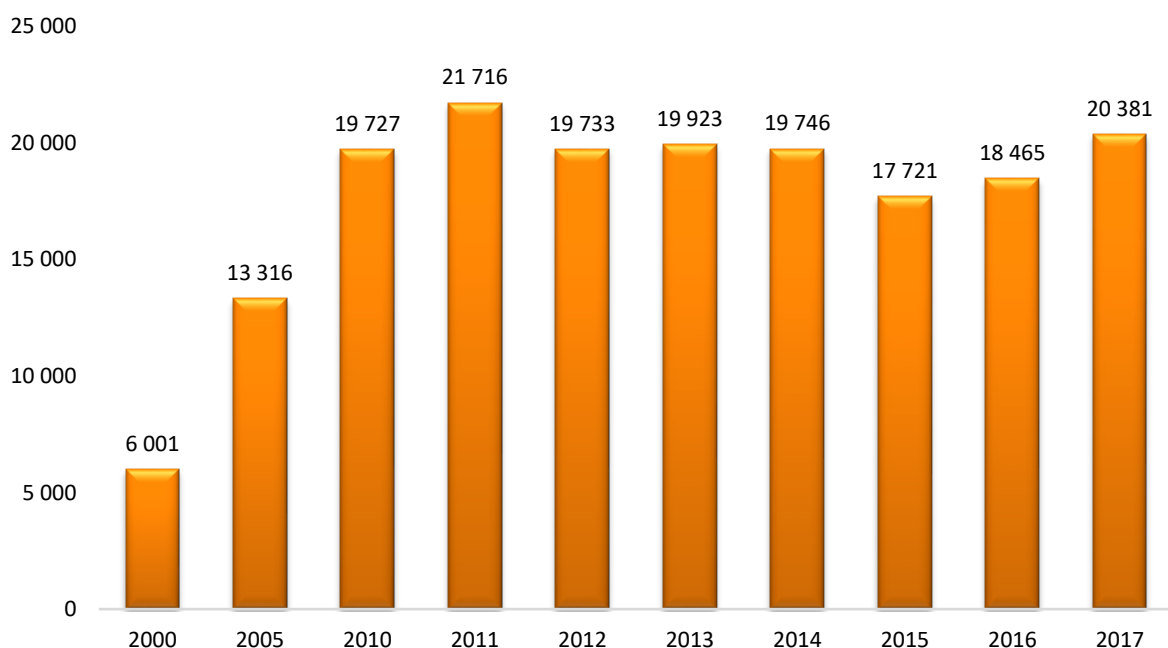
6.3 CZECHY

Republika Czeska leży w Europie Środkowej i jest jednym z największych partnerów gospodarczych Polski. Powierzchnia kraju wynosi 78 tys. 866 km kw. Pod względem liczby mieszkańców Czechy zajmują 12 miejsce w Unii Europejskiej (10,5 mln mieszkańców)⁵⁰.

Republika Czeska jest republiką o ustroju demokracji parlamentarnej. Władzę wykonawczą sprawuje Rząd oraz Prezydent (wybierany w wyborach powszechnych na okres 5 lat). Najwyższą władzą ustawodawczą pełni dwuizbowy Parlament. W niższej izbie Parlamentu zasiada 200 posłów, a w Senacie (izbie wyższej) 81 senatorów⁵¹. Republika Czeska jest członkiem Unii Europejskiej i NATO.

Czechy są krajem o wysokorozwiniętym przemyśle – należą do krajów Europy o najwyższym udziale produkcji przemysłowej w PKB na poziomie 47,3% (dane za 2015 rok Czeski Urząd Statystyczny). Czeski przemysł posiada bardzo silną pozycję w sektorze samochodowym, elektromaszynowym, elektrotechnicznym, metalurgicznym czy chemicznym. Najniższy udział w PKB i znaczenie w gospodarce kraju mają natomiast przemysł lekki oraz sektor rolny. Czeski PKB w przeliczeniu na głowę mieszkańca (według parytetu siły nabywczej) w 2016 roku przekroczył 88% średniej UE⁵². Wartości produktu krajowego brutto w ujęciu nominalnym w latach 2000–2017 przedstawia wykres poniżej.

Wykres 32. PKB per capita (USD)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

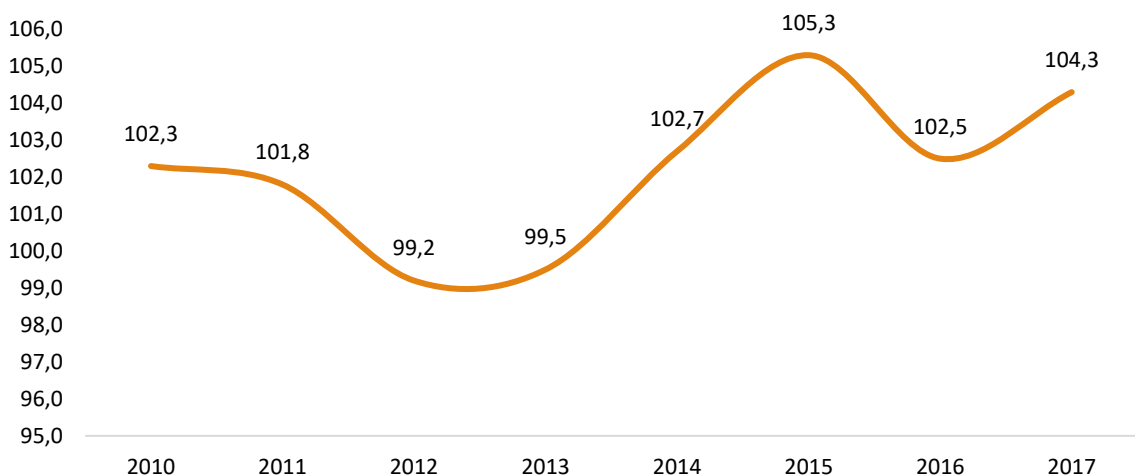
⁵⁰ PAIH Przewodnik po rynku czeskim, październik 2018r.

⁵¹ PAIH Przewodnik po rynku czeskim, październik 2018r.

⁵² GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

W okresie 2010–2015 łączny wzrost PKB per capita wyniósł w Republice Czeskiej ponad 15%. Średnie tempo wzrostu zanotowane w tym okresie wynosiło 2,2%. W roku 2017 Czechy uzyskały wzrost PKB w wysokości 4,3%⁵³ (Wykres 33).

Wykres 33. Dynamika PKB (rok poprzedni = 100)

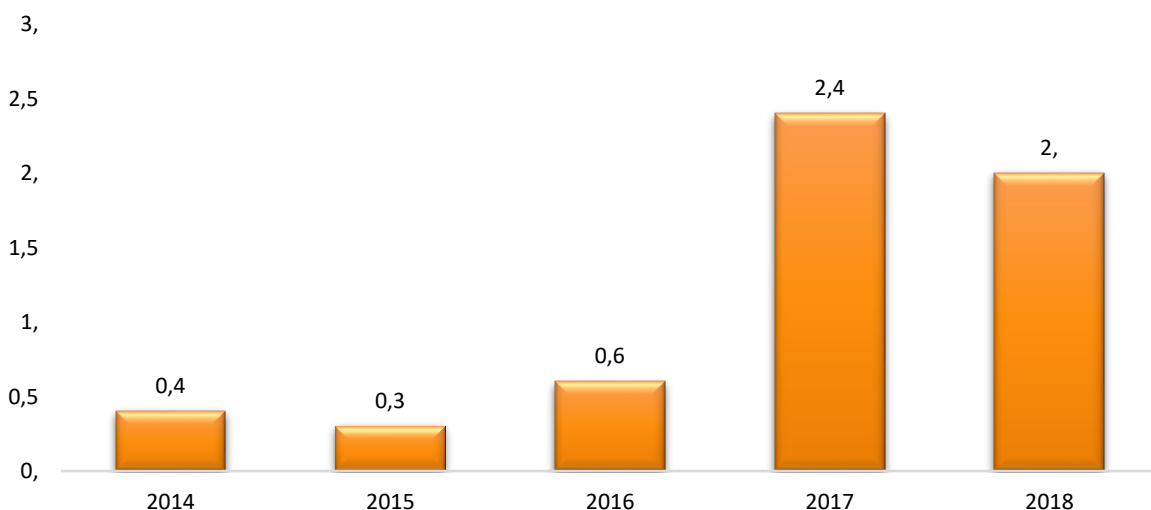


Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Walutą obowiązującą w Czechach jest korona. Poziom inflacji wyraźnie wzrósł w ostatnich latach osiągając na koniec 2018 2,0%⁵⁴ w stosunku do roku poprzedniego (

Wykres 34).

Wykres 34. Inflacja w Czechach [%]



Źródło: Eurostat

⁵³ GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁵⁴ Eurostat

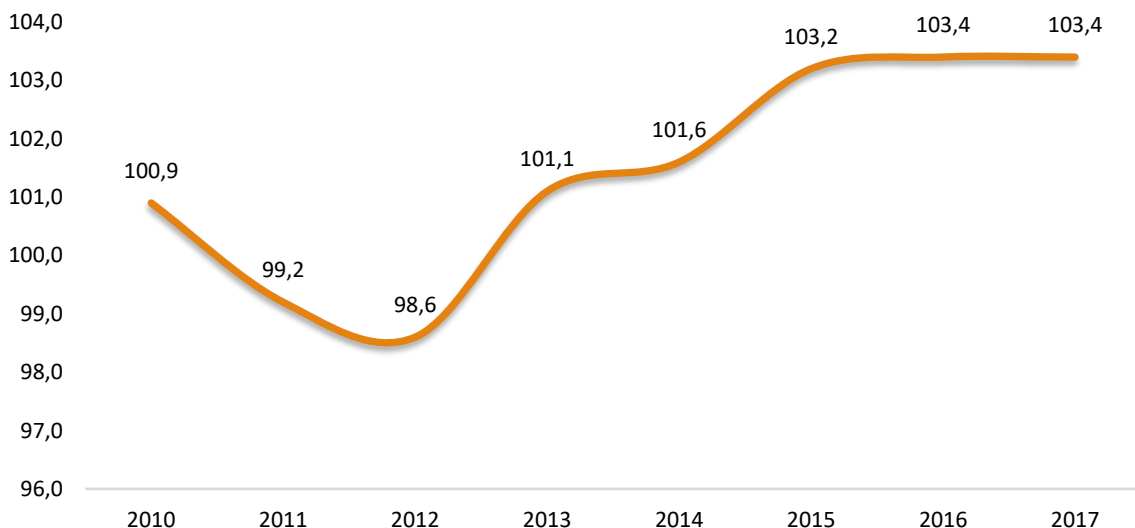
Czechy są wysoko oceniane w rankingach międzynarodowych⁵⁵:

- Business doing – 30/190;
- Korupcja – 42/180;
- Wolność gospodarcza – 24/180;
- Innowacyjność – 24/127.

Republika Czeska ma dobrze rozwiniętą sieć komunikacji drogowej i kolejowej. Całkowita długość sieci drogowej wynosi ok. 55,7 tys. kilometrów z czego około 1 210 km stanowią autostrady. Sieć kolejowa liczy 9 566 kilometrów, co przekłada się na jedną z najgęstszych sieci w Europie (122km na 1000 km²). W kraju funkcjonują 4 lotniska⁵⁶.

W ostatnich latach Czechy notują, wysoką ponad trzyprocentową dynamikę spożycia. Siła nabywcza konsumentów czeskich wzrasta co przekłada się na zwiększone wydatki.

Wykres 35. Dynamika spożycia ogółem (ceny stałe)



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Według danych Eurostatu w 2018 średnie wynagrodzenie w Czechach wynosiło 22,4 tysiąca EURO rocznie i było o około 6% niższe niż w Polsce⁵⁷.

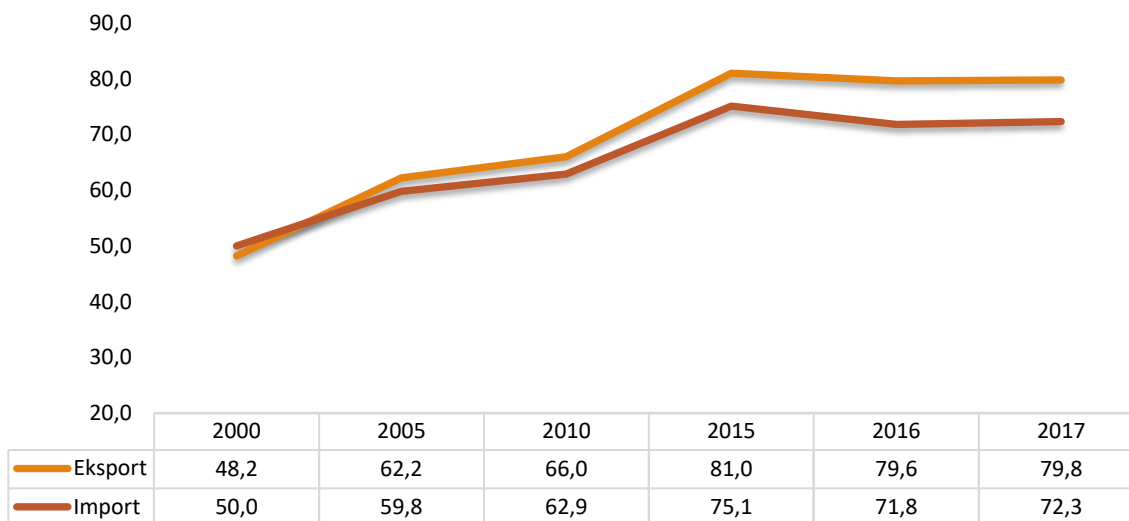
⁵⁵ Przewodnik po rynku Czeskim, PAIH SA, 2018 r.

⁵⁶ Przewodnik po rynku Czeskim, PAIH SA, 2018 r.

⁵⁷ Eurostat - Average personnel costs by NACE Rev. 2

Republika Czeska to mała, otwarta gospodarka, silnie uzależniona od współpracy i stosunków handlowych z zagranicą. Otwartość gospodarki przekłada się na wysoki poziom importu i eksportu w stosunku do PKB – obie te wartości w 2017 roku znacząco przekraczały 70% PKB (Wykres 36).

Wykres 36. Udział handlu zagranicznego w PKB [%]

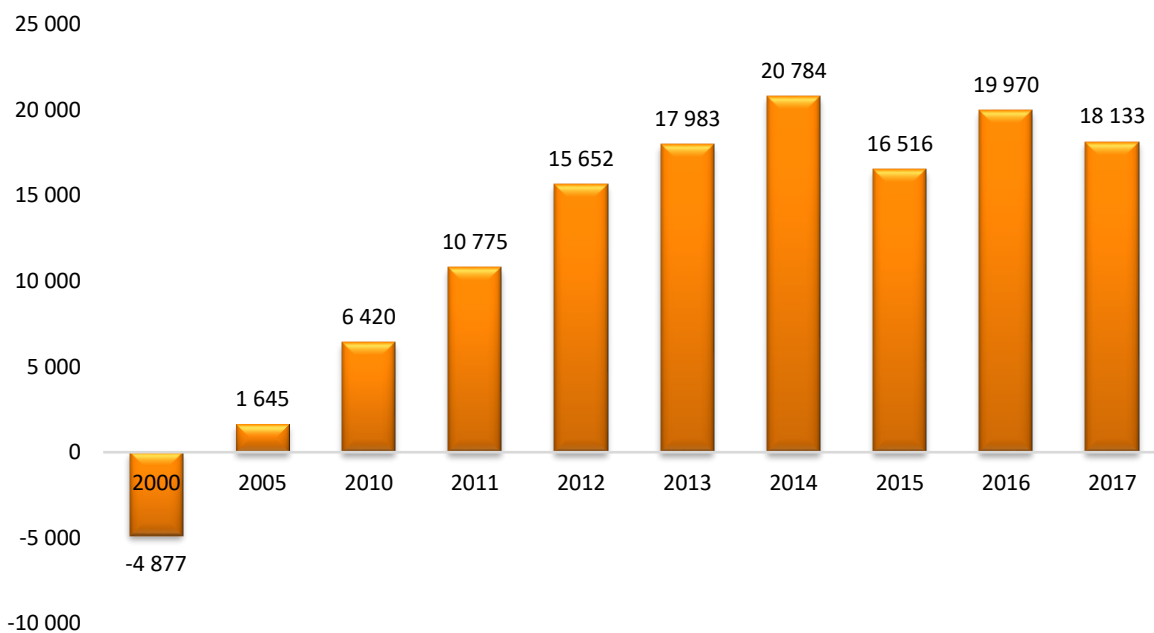


Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Od roku 2005 Czechy wykazują znaczące nadwyżki w handlu zagranicznym. W roku 2017 nadwyżka eksportu nad importem wyniosła 18 133 miliony EURO⁵⁸.

Wykres 37. Saldo handlu zagranicznego Czech (mln €)

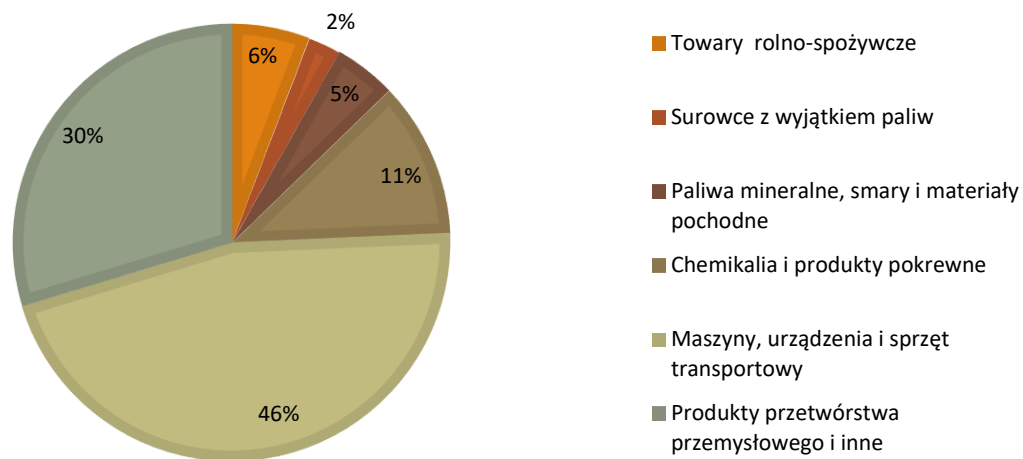
⁵⁸ GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

W strukturze importu Czech najważniejszymi pozycjami są Maszyny, urządzenia i sprzęt transportowy odpowiadający w 2016 roku za 47% importu oraz Produkty przetwórstwa przemysłowego stanowiące 30% importu⁵⁹ (Wykres 38).

Wykres 38. Struktura importu Czech w 2016r. [%]



Źródło: GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁵⁹ GUS – Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

W 2016 roku wydatki sektora instytucji rządowych i samorządowych w Czechach stanowiły 39,9% PKB – był to najniższy poziom od początku XXI wieku. W 2016 roku Czechy uzyskały też nadwyżkę budżetową w wysokości + 0,6% PKB. Nadwyżka była wynikiem lepszej ściągальności podatków i ograniczeniu inwestycji publicznych na początku nowego okresu programowania funduszy UE. Dług brutto sektora instytucji rządowych i samorządowych odpowiada za 37,2% PKB, wykazując ciągły spadek od 2013 r. gdy osiągnął poziom 44,9%⁶⁰.

Wskaźnik koniunktury w przemyśle Czech w listopadzie 2019 roku wyniósł jedynie 43,5 punktu wskazując na silne obniżenie perspektyw wzrostu rynku w najbliższej przyszłości⁶¹.

⁶⁰ Przewodnik po rynku Czeskim, PAIH SA, 2018 r.

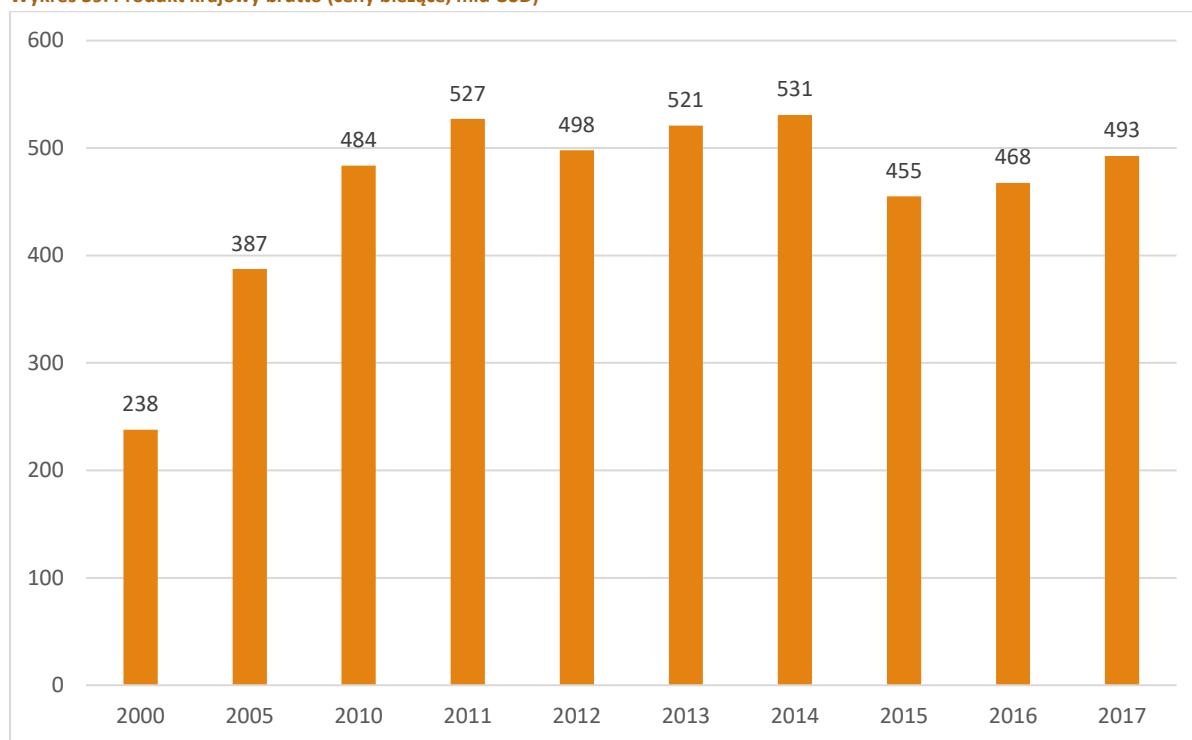
⁶¹ <https://tradingeconomics.com/>

6.4 BELGIA

Belgia jest państwem federacyjnym Europy zachodniej w południowych Niderlandach. Kraj należy do Unii Europejskiej (UE), Unii Zachodnioeuropejskiej (UZE), ONZ oraz NATO. Powierzchnia kraju wynosi 30 528 km². Języki urzędowe to niderlandzki, francuski i niemiecki⁶².

Belgia jest jednym z najlepiej rozwiniętych i uprzemysłowionych państw w Europie. Główne gałęzie przemysłu to usługi (74%), przemysł (25%), rolnictwo (2%)⁶³. Produkt krajowy Belgii w 2017 roku osiągnął wartość 493 miliardów USD⁶⁴.

Wykres 39. Produkt krajowy brutto (ceny bieżące, mld USD)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

W przeliczeniu na głowę mieszkańca wartość PKB w 2017 roku wynosiła 43 416 USD⁶⁵. Zmiany wartości PKB per capita w latach 2000-2017 prezentuje wykres poniżej.

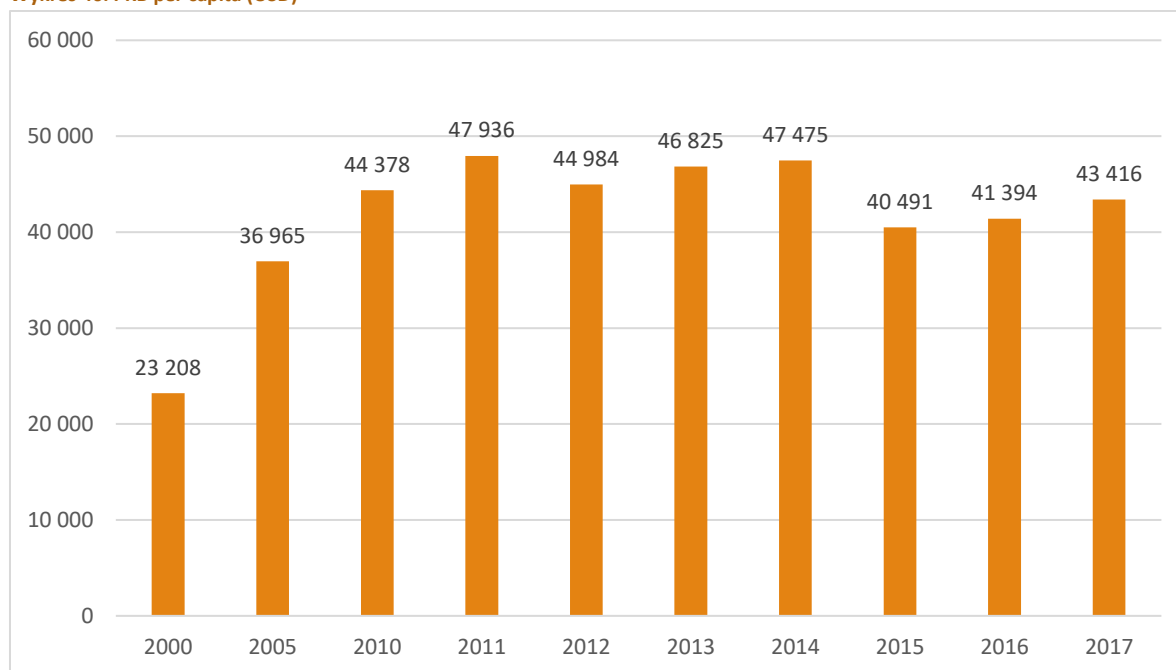
⁶² <https://wspieramyeksport.pl/znajdz-rynki-eksportowe/be/belgia>

⁶³ <https://wspieramyeksport.pl/znajdz-rynki-eksportowe/be/belgia>

⁶⁴ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁶⁵ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

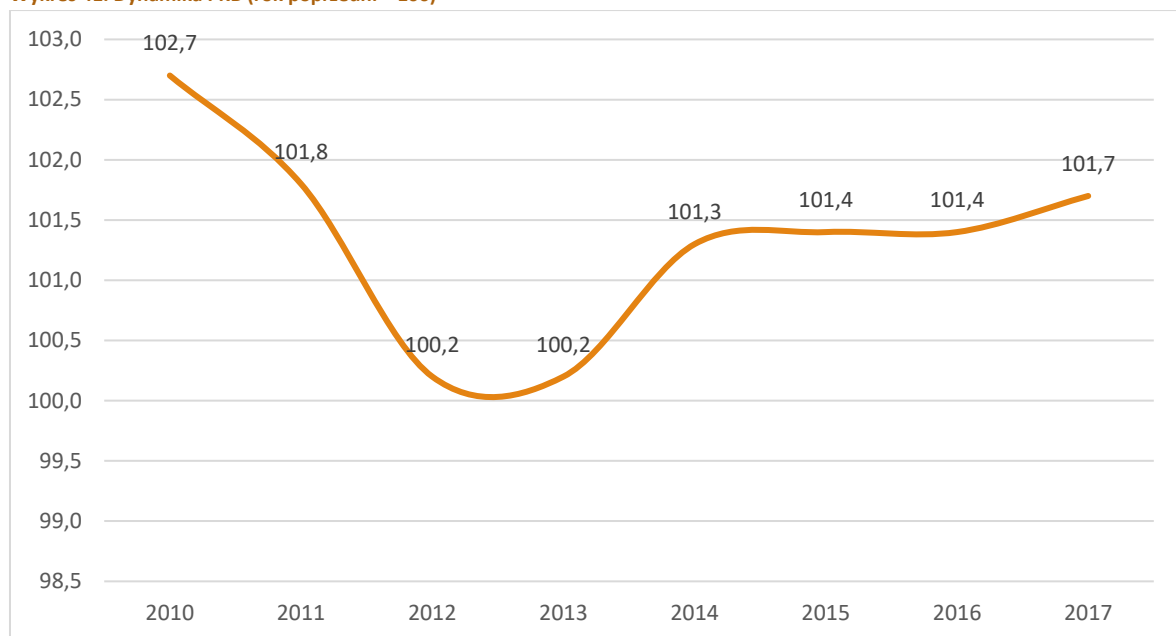
Wykres 40. PKB per capita (USD)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Dynamika wzrostu PKB w roku 2017 osiągnęła wartość 1,7%. W okresie 2010-2017 łączny wzrost produktu krajowego Belgii wyniósł 8,3%⁶⁶.

Wykres 41. Dynamika PKB (rok poprzedni = 100)

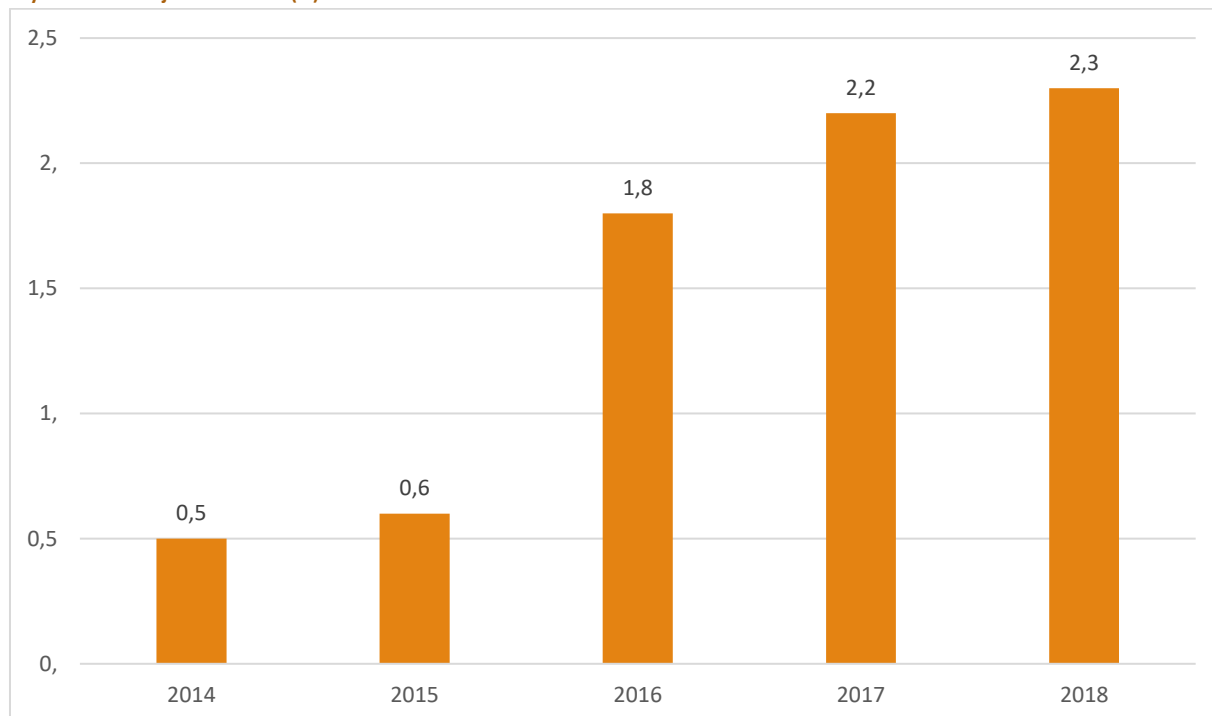


Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁶⁶ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Walutą obowiązującą w Belgii jest EURO. Podobnie jak w całej strefie EURO od 2016 roku stopa procentowa w Belgii wynosi 0,0%. Poziom inflacji wyraźnie wzrósł w ostatnich latach osiągając na koniec 2018 2,3%⁶⁷ w stosunku do roku poprzedniego.

Wykres 42. Inflacja rok do roku (%)



Źródło: Eurostat

Belgia posiada najgęstszą sieć kolejową na świecie (3437 km) oraz jest jednym z głównych ośrodków światowego koronkarstwa⁶⁸.

Istotną rolę w gospodarce Belgii odgrywa handel zagraniczny, który stanowi 3% obrotów międzynarodowych. Belgia zajmuje pierwsze miejsce na świecie pod względem wartości obrotów handlu zagranicznego na jednego mieszkańca. Głównymi partnerami handlowymi tego kraju są państwa Unii Europejskiej oraz Stany Zjednoczone. Belgia od wielu lat pozostaje ważnym partnerem handlowym Polski⁶⁹.

Poziom wynagrodzeń w Belgii w roku 2018 osiągnął średnią wartość 68,8 tysiąca EURO rocznie i należał do najwyższych w Unii Europejskiej⁷⁰.

⁶⁷ Eurostat

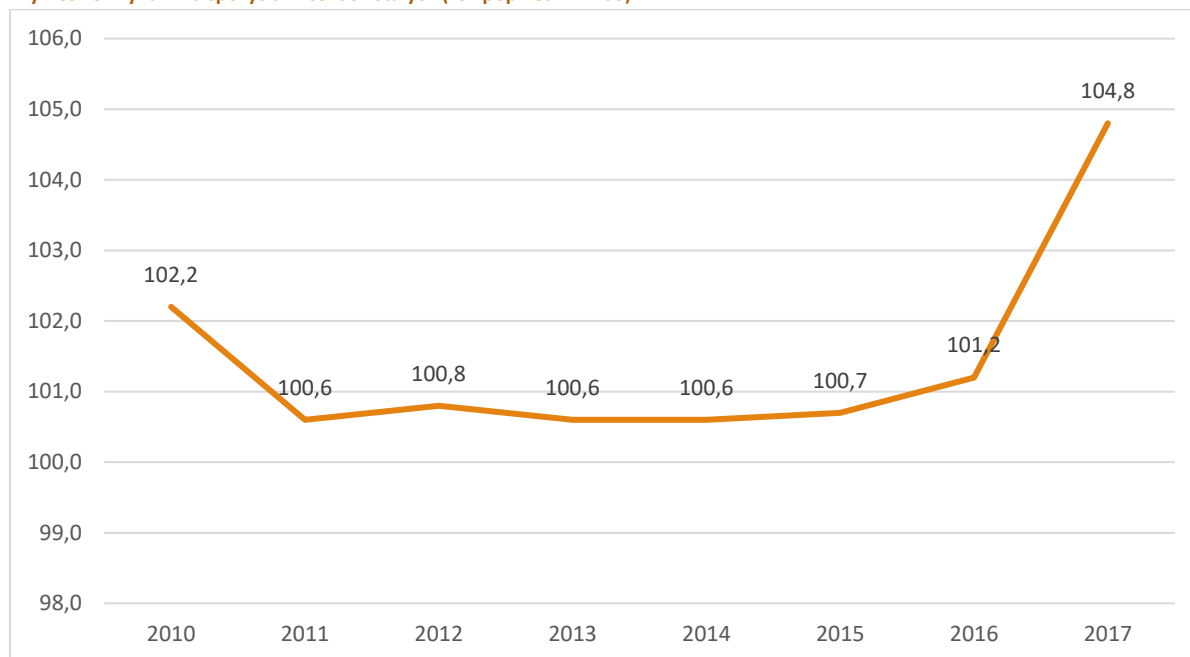
⁶⁸ <https://belgium.trade.gov.pl/pl/belgia/o-kraju/1001,belgijski-elementarz.html>

⁶⁹ <https://belgium.trade.gov.pl/pl/belgia/o-kraju/1001,belgijski-elementarz.html>

⁷⁰ Eurostat

Dynamika spożycia w roku 2017 zanotowała skokowy wzrost – o ponad 4% w stosunku do roku poprzedniego. W latach 2010-2016 średnia dynamika spożycia w Belgii kształtowała się na poziomie 1,0% rocznie⁷¹.

Wykres 43. Dynamika spożycia w cenach stałych (rok poprzedni = 100)



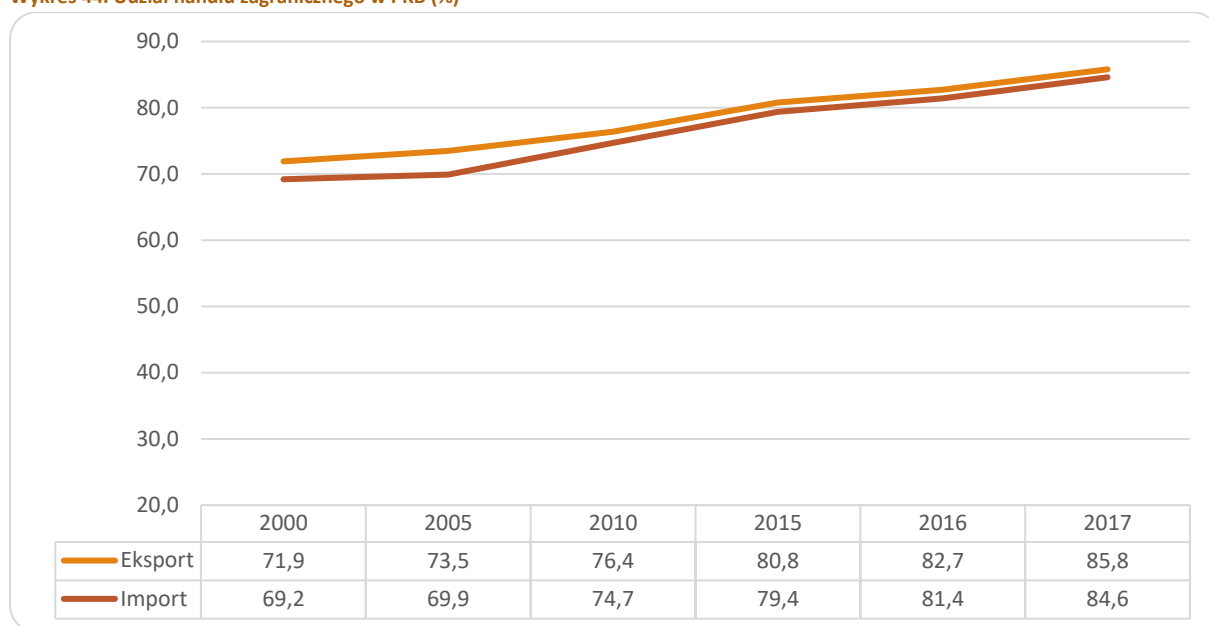
Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Belgia jako mała gospodarka jest silnie uzależniona od współpracy i stosunków handlowych z zagranicą. Udział handlu zagranicznego w wartości PKB Belgii wynosi zarówno w przypadku eksportu jak i importu około 85%⁷². Jest to jeden z najwyższych współczynników w Unii Europejskiej i na świecie. Na uwagę zasługuje zauważalny trend wzrostowy dla obu wielkości niezmiennie występujący w Belgii od 2000 roku. Zmiany w wartościach handlu zagranicznego w stosunku do PKB prezentuje wykres poniżej.

⁷¹ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁷² GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

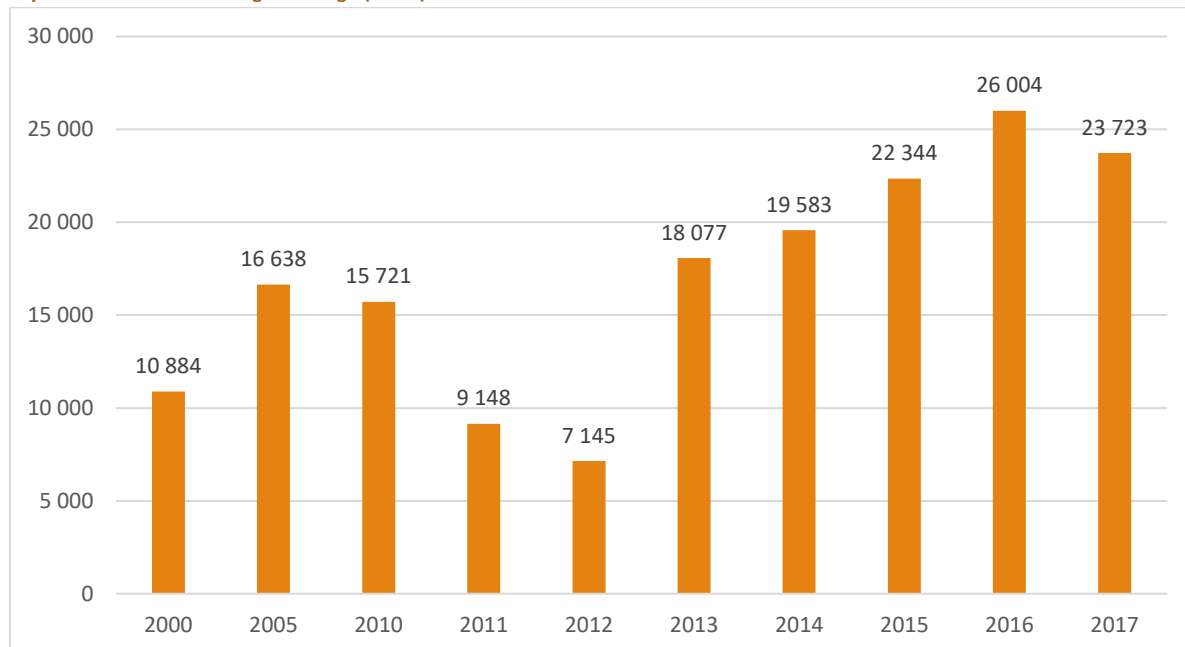
Wykres 44. Udział handlu zagranicznego w PKB (%)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Saldo obrotów handlu zagranicznego Belgii jest dodatnie jednak skala nadwyżki jest stosunkowo niska. W roku 2017 wartość salda wyniosła 23 723 miliony EURO⁷³.

Wykres 45. Saldo handlu zagranicznego (mln €)



Źródło: GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

⁷³ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

Strukturę importu Belgii na tle innych krajów wyróżnia wysoki udział importu produktów z grupy chemikalia i produkty pokrewne, który w 2016 odpowiadał za 25,5% całego importu⁷⁴.

Belgia stanowi atrakcyjny rynek eksportowy ze względu na wysoką stabilność, wysoki poziom cen i siłę nabywczą konsumentów.

⁷⁴ GUS - Rocznik Statystyki Międzynarodowej 2018

7. PRZEMYSŁ METALOWO-ODLEWNICZY

Sektor metalowo-odlewniczy obejmuje następujące obszary działalności:

- Produkcja metali,
- Odlewnictwo,
- Produkcja wyrobów gotowych z metali.

W literaturze przedmiotu brak jest badań określających stopień nasycenia wyrobami odlewanyymi wyrobów finalnych przemysłu, ale według danych World Foundry Organization (WFO) wyroby odlewane znajdują się w 90 % wytwarzanych w gospodarce światowej dóbr i urządzeń⁷⁵.

Produkcja żelaza w krajach Unii Europejskiej w 2017 roku wyniosła 6,2 miliona ton. Wzrost w stosunku do roku 2016 wyniósł 7,4%. Ujemne tempo wzrostu odnotowano dla Norwegii, Polski i Hiszpanii. Produkcja była stabilna w Belgii i Szwecji. Wszystkie pozostałe kraje zanotowały rosnącą produkcję w roku 2017. Producenci żeliwa sferoidalnego odnotowali w 2017 roku wzrost produkcji o 8,0% do 5,2 milionów ton. Produkcja zmniejszyła się w Polsce i na Węgrzech, podczas gdy w pozostałych krajach wyraźnie wzrosła. Podobnie jak w poprzednich latach komponenty dla przemysłu motoryzacyjnego i inżynierii mechanicznej dominowały w produkcji odlewów sferoidalnych, a budownictwo zajęło trzecie miejsce wśród klientów tej branży. W 2017 roku produkcja odlewów stalowych spadła o 0,6% do 781 000 ton⁷⁶.

Z kolei produkcja elementów odlewniczych z metali nieżelaznych CAEF wzrosła o 3,3% do 4,4 milionów ton. W 2017 roku odlewnie żelaza i stali w krajach członkowskich Unii Europejskiej wyprodukowały 12,1 miliona ton odlewów. W porównaniu z rokiem poprzednim odpowiada to wzrostowi masy produkcji o 6,3%. Polska należy do krajów, o największym potencjale produkcyjnym w Unii Europejskiej⁷⁷.

Zgodnie z danymi GUS⁷⁸ metale i wyroby metalowe w 2018 roku odpowiadały za 12% wartości produkcji sprzedanej przemysłu w Polsce. Wartość produkcji sprzedanej branży wyniosła 74 201 731,3 tysięcy złotych.

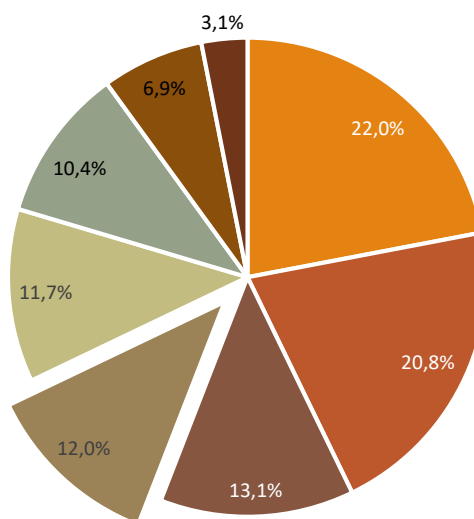
Wykres 46 Udział w wartości produkcji sprzedanej wyrobów w 2018 r. według grup działów PKWiU

⁷⁵ World Foundry Organization (WFO)

⁷⁶ The European Foundry Association, 2017 r

⁷⁷ The European Foundry Association, 2017 r.

⁷⁸ Produkcja wyrobów przemysłowych w 2018 roku



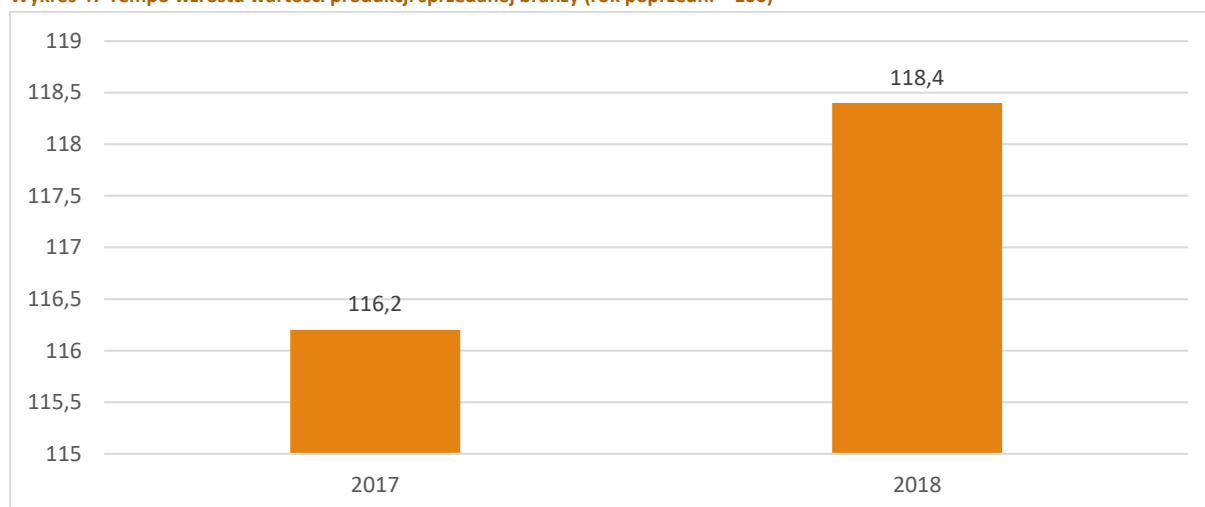
- Wyroby przemysłu petrochemicznego, chemicznego, farmaceutycznego oraz wyroby z gumy i tworzyw sztucznych
- Artykuły spożywcze, napoje, wyroby tytoniowe
- Sprzęt transportowy
- Metale i wyroby metalowe
- Maszyny i urządzenia, komputery, wyroby elektroniczne i optyczne
- Pozostałe wyroby przetwórstwa przemysłowego
- Wyroby przemysłu drzewno-papierniczego i poligraficznego
- Produkty górnictwa i wydobywania

Źródło: GUS

Obróbka metali i nakładanie powłok na metale; obróbka mechaniczna elementów metalowych należała do najszybciej rosnących branż przemysłowych w Polsce według GUS. Tempo wzrostu wyniosło 16,2% w roku 2017 i 18,4% w roku 2018⁷⁹.

⁷⁹ Produkcja wyrobów przemysłowych w 2018 roku

Wykres 47 Tempo wzrostu wartości produkcji sprzedanej branży (rok poprzedni = 100)



Źródło: GUS

Liczbę odlewni w Polsce na koniec 2017 roku szacowano na około 400 odlewni (w tym małe przedsiębiorstwa rzemieślnicze o małej produkcji i zatrudnieniu). Według danych statystycznych 60% odlewni w Polsce to niezależne odlewnie. Pozostałe 40% to zazwyczaj działy większych firm, w których dział odlewania dostarcza odlewy do swoich produktów końcowych⁸⁰.

Według statystyk liczba odlewni zatrudniających powyżej 250 osób stanowi 5,5% łącznej liczby odlewni a całkowite zatrudnienie w tej grupie szacuje się na 10 750. Pozostałe 94,5% to małe i średnie przedsiębiorstwa odlewnicze zatrudniające mniej niż 250 osób (łącznie 13 550 pracowników). Zatrudnienie w sektorze MŚP wynosi 55,8% całkowitego zatrudnienia i produkcji 38,5% całkowitej produkcji odlewów⁸¹.

Produkcja odlewów, w tym stopów żelaznych i nieżelaznych w 2017 roku wyniosła 1 036,5 tysięcy ton. Odlewy z żeliwa szarego i stopowego mają ciągle największy udział w całkowitej produkcji odlewów jednak w ciągu ostatniej dekady ich udział w całkowitej produkcji wyraźnie spadał. W 2017 roku udział wyniósł 48%⁸².

Odlewy z żeliwa sferoidalnego stanowią 15% wszystkich odlewów. Odlewy z żeliwa ciągliwego mają najmniejszy udział w produkcji branży w Polsce - 1,0% całkowitej produkcji odlewów. Od kilku lat obserwuje się tendencję spadkową w udziale produkcji żeliwa ciągliwego w produkcji ogółem⁸³.

⁸⁰ The European Foundry Association, 2017 r

⁸¹ The European Foundry Association, 2017 r

⁸² The European Foundry Association, 2017 r

⁸³ The European Foundry Association, 2017 r

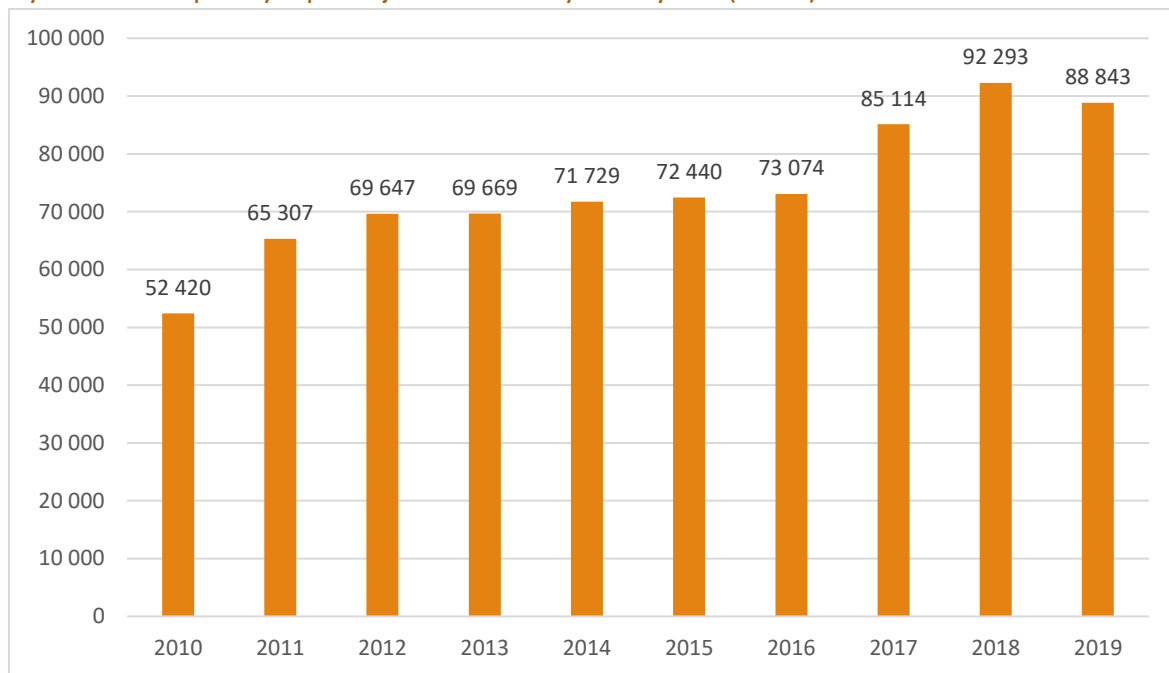
W 2017 roku udział odlewów stalowych wynosił 5% ogólnej produkcji odlewów. Odlewy z metali nieżelaznych stanowiły 34,6% całkowitej produkcji odlewów w 2017 roku. W ostatniej dekadzie produkcja odlewów z metali nieżelaznych wykazuje tendencję wzrostową⁸⁴.

Udział eksportu w całkowitej sprzedaży odlewów w 2017 roku był wyższy niż w poprzednich latach i wyniósł 61%. Wartość eksportu ogółem metali nieszlachetnych i ich wyrobów w roku 2018 wyniosła 92,3 miliarda złotych, a w okresie jedenastu miesięcy roku 2019 88,8 miliarda złotych⁸⁵. Wyraźny wzrost sprzedaży eksportowej widoczny jest w latach 2017-2019.

⁸⁴ Produkcja wyrobów przemysłowych w 2018 roku

⁸⁵ Centrum Analityczne Administracji Celnej

Wykres 48 Wartość sprzedaży eksportowej metali nieszlachetnych i ich wyrobów (mln PLN)



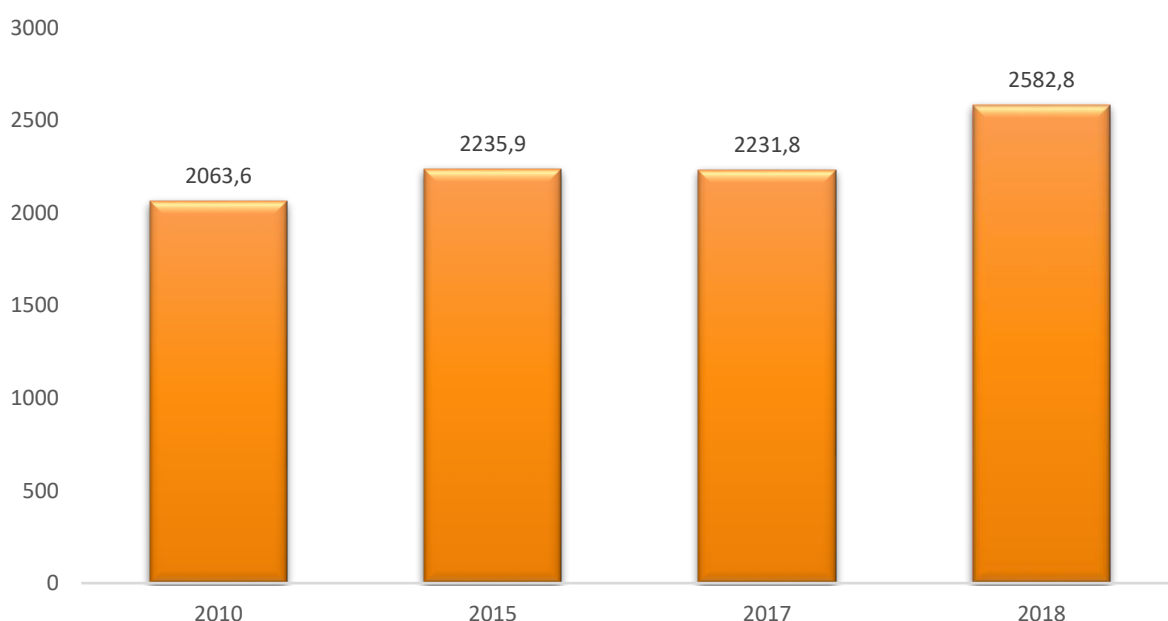
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

7.1 OCENA POTENCJAŁU EKSPORTOWEGO, INNOWACYJNEGO ORAZ WPŁYWU BRANŻY NA GOSPODARKĘ REGIONU

Branża metalowo-odlewnicza jest jedną z inteligentnych specjalizacji regionu świętokrzyskiego i zajmuje bardzo ważne miejsce w rozwoju gospodarczym regionu. Według danych GUS w roku 2018 branża zatrudniała 10724 pracowników⁸⁶. Przeciętne wynagrodzenie w branży metalowej było wyższe niż w innych branżach przemysłowych regionu i wynosiło w 2018 roku 4147,46⁸⁷ złotych miesięcznie (średnia dla branż przemysłowych w regionie 4115,82 zł).

Wartość produkcji sprzedanej wyrobów z metali w regionie w 2018 roku sięgnęła 2 582,8⁸⁸ miliona złotych.

Wykres 49. Wartość produkcji sprzedanej wyrobów metalowych w województwie świętokrzyskim (mln PLN)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych GUS

Największy odsetek stanowią przedsiębiorstwa, dla których najważniejszym obszarem działalności – generującym największe przychody, bądź z którym firma wiąże największe perspektywy i na dzień dzisiejszy już je rozwija – jest produkcja i wynosi 37%. Powyżej 10% respondentów określa obszar działalności swojej firmy ogólnie jako branżę metalową (20% badanych). 5 punktów procentowych badanych mniej prowadzi działalność w zakresie obróbki mechanicznej elementów metalowych. 3% respondentów zajmuje się sprzedażą produktów⁸⁹.

Tabela 4. Obszary działalności firmy

⁸⁶ GUS Rocznik statystyczny województwa świętokrzyskiego 2019r

⁸⁷ GUS Rocznik statystyczny województwa świętokrzyskiego 2019r

⁸⁸ GUS Rocznik statystyczny województwa świętokrzyskiego 2019r

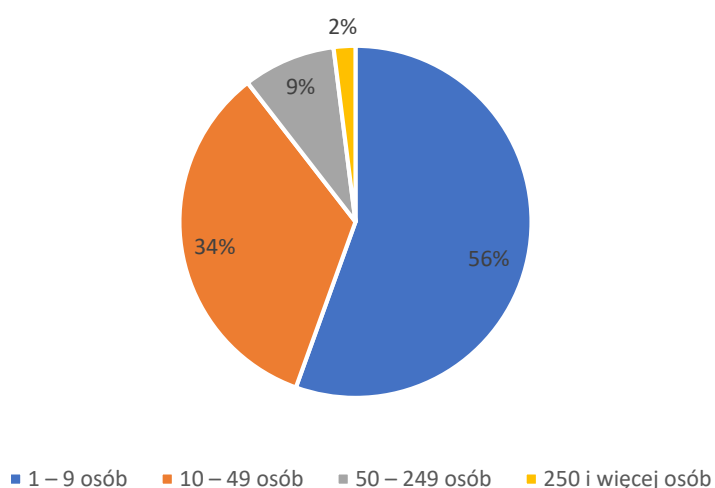
⁸⁹ Badanie CATI

Obszary działalności firmy	Odsetek odpowiedzi
Produkcja	37%
Branża metalowa	20%
Obróbka mechaniczna elementów metalowych	15%
Usługi	10%
Konstrukcje metalowe bądź stalowe	5%
Sprzedaż produktów	3%
Inne	9%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W sektorze metalowo-odlewniczym podobnie jak w innych sektorach największy odsetek badanych przedsiębiorstw stanowią te zatrudniające od jednej do dziewięciu osób - było ich 56%. Nieco ponad jedna trzecia ankietowanych to przedsiębiorstwa liczące do 10 do 49 osób. Większe firmy liczące od 50 do 249 osób i powyżej 250 osób stanowiły odpowiednio 9% i 2%⁹⁰.

Wykres 50 Struktura wielkości przedsiębiorstw w branży



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Zasięg działalności przedsiębiorstw ma w większości przypadków charakter ponadlokalny, ale nie wykraczający poza granice kraju. 31% badanych deklaruje, że ich obszar działalności to cała Polska. Dla 20% i 17% podstawowym obszarem działalności jest odpowiednio powiat i województwo. 6% badanych prowadzi działalność na terenie kilku województw. Najmniej, jedynie 2%, respondentów działa lokalnie - w gminie pozostającej miejscem rejestracji przedsiębiorstwa. Międzynarodowy zasięg działalności deklaruje około jedna czwarta badanych: 5% działa na terenie krajów ościennych, 15% - w Europie a 6% - na świecie.

Tabela 5 Zasięg działania przedsiębiorstw branży metalowo-odlewniczej w regionie świętokrzyskim

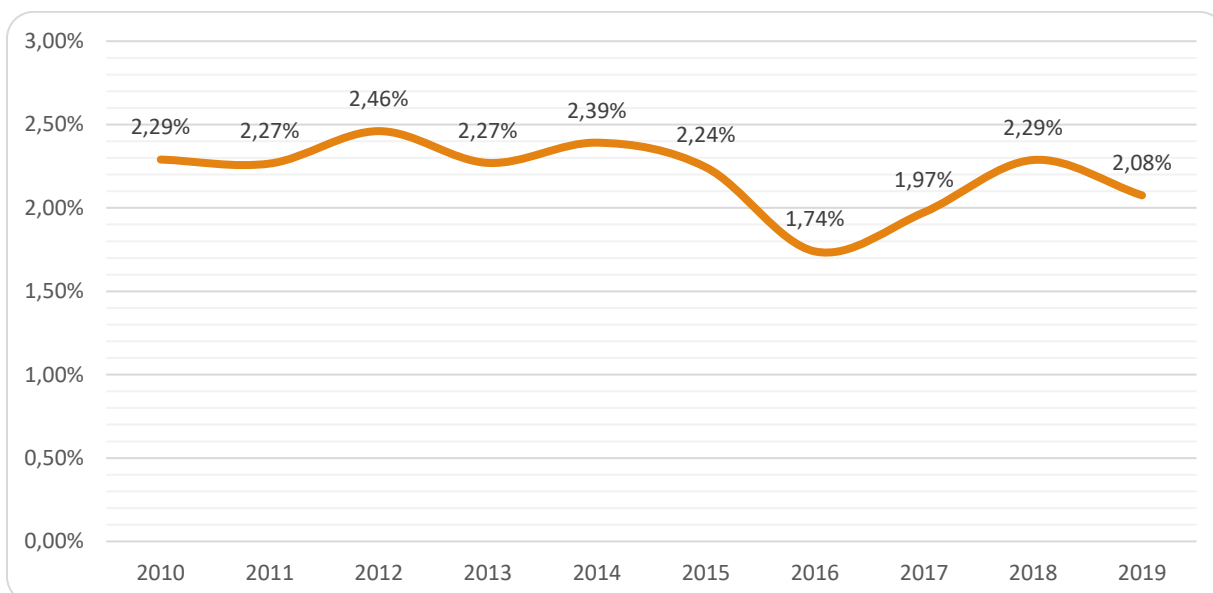
⁹⁰ Badanie CATI

Podstawowy obszar działania firmy	Odsetek wskazań
Gmina, w której jest zarejestrowana firma	2%
Powiat	20%
Województwo	17%
Kilka województw w Polsce	6%
Cały kraj – Polska	31%
Międzynarodowy (kraje ościennie)	5%
Międzynarodowy (Europa)	15%
Międzynarodowy (Świat)	6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

37% badanych przedsiębiorców z sektora metalowo – odlewniczego prowadzi działalność eksportową. Udział województwa świętokrzyskiego w eksporcie metali nieszlachetnych i ich wyrobów odpowiada za około 2% całego eksportu Polski w tej dziedzinie⁹¹. Zestawienie zmian udziału regionu w eksporcie branży prezentuje wykres poniżej.

Wykres 51 Udział województwa świętokrzyskiego w eksporcie branży z Polski (%)



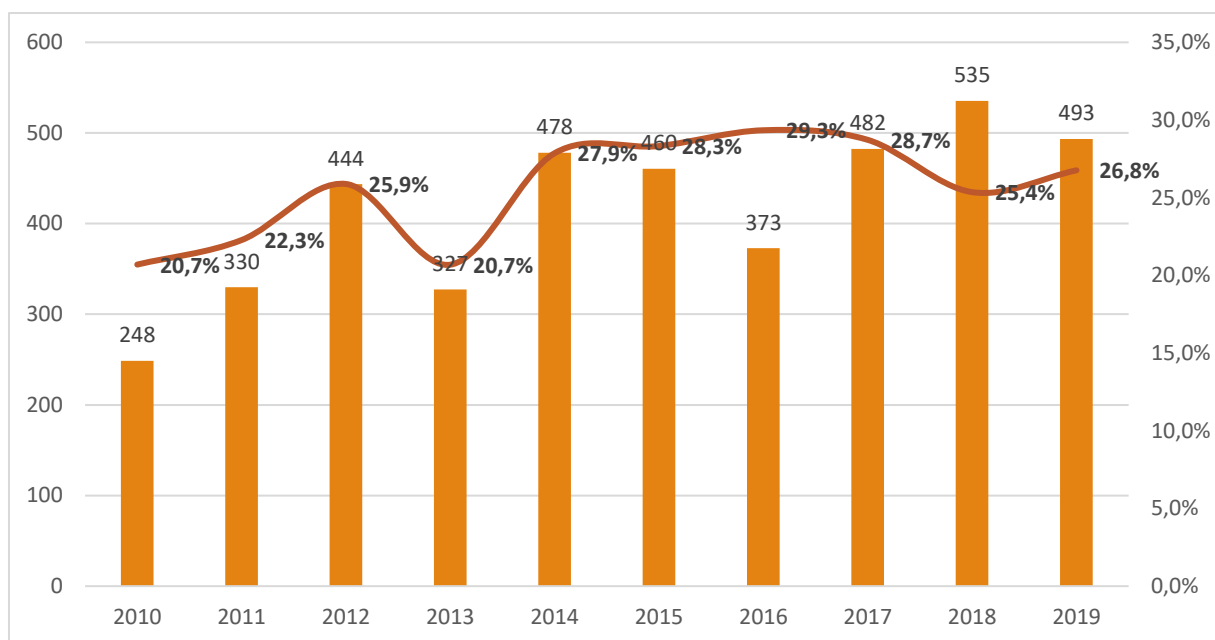
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

Największym rynkiem eksportowym dla przedsiębiorstw metalowo-odlewniczych z województwa świętokrzyskiego są Niemcy. Wartość eksportu w roku 2018 osiągnęła poziom 535 milionów złotych, co odpowiadało ponad 25% eksportu ogółem. Udział Niemiec w eksporcie w okresie styczeń – listopad 2019 roku wzrósł do poziomu 26,8%⁹².

Wykres 52 Eksport branży na rynek niemiecki i udział w rynku w eksporcie ogółem (mln PLN/%)

⁹¹ Centrum Analityczne Administracji Celnej

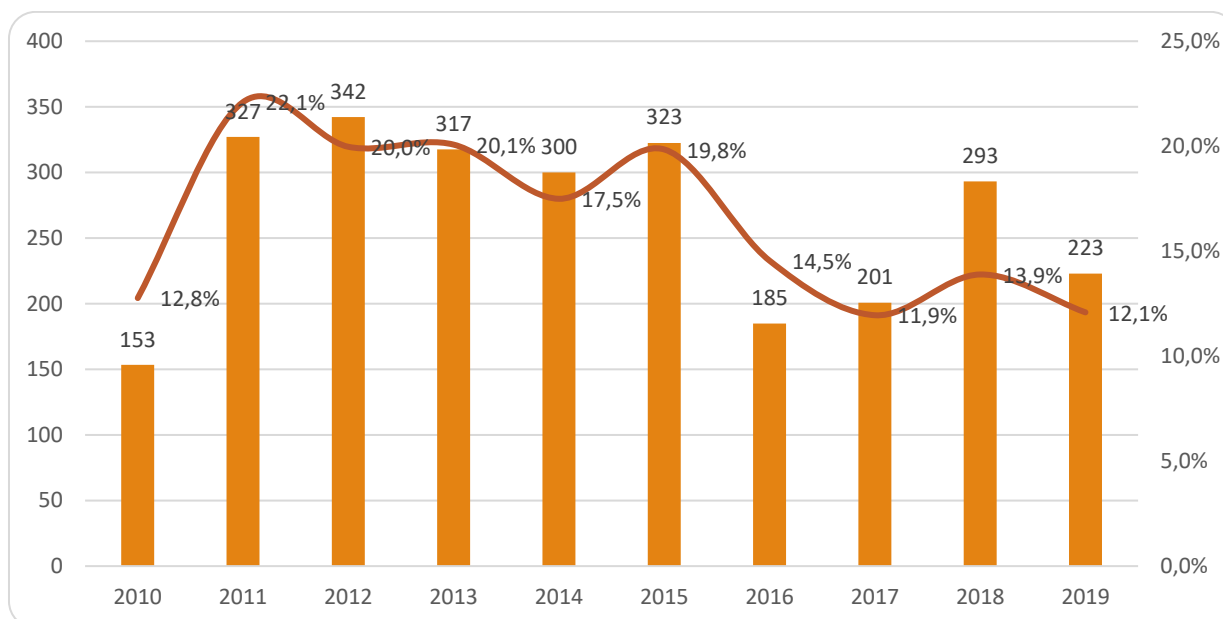
⁹² Centrum Analityczne Administracji Celnej



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

Drugim pod względem wartości eksportu branży metalowo-odlewniczym rynkiem na świecie jest rynek czeski. Wartość eksportu w 2018 roku osiągnęła 293 miliony złotych, czyli 13,9% eksportu ogółem⁹³.

Wykres 53 Eksport branży na rynek czeski i udział w rynku w eksporcie ogółem (mln PLN/%)



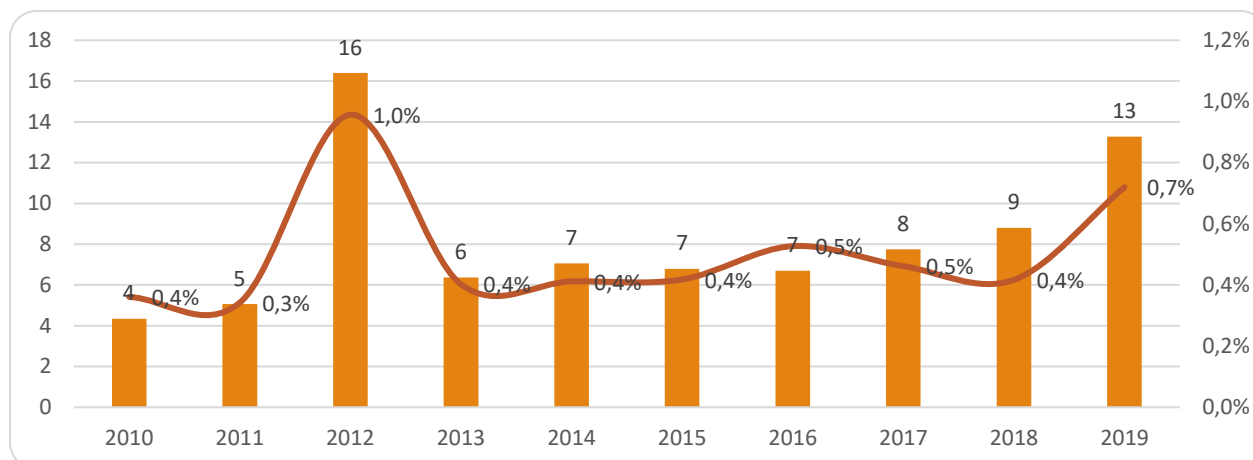
Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

Niepokojącym zjawiskiem na rynku czeskim jest wyraźna tendencja spadkowa zarówno udziału tego rynku w eksporcie jak i wartości sprzedawanych na nim wyrobów.

⁹³ Centrum Analityczne Administracji Celnej

Wartość eksportu wyrobów branży na rynek belgijski wyraźnie wzrosła w roku 2019. Szacowana wartość zaanualizowana to 14,5 miliona złotych, co oznacza wzrost w stosunku do roku 2018 o 65%⁹⁴.

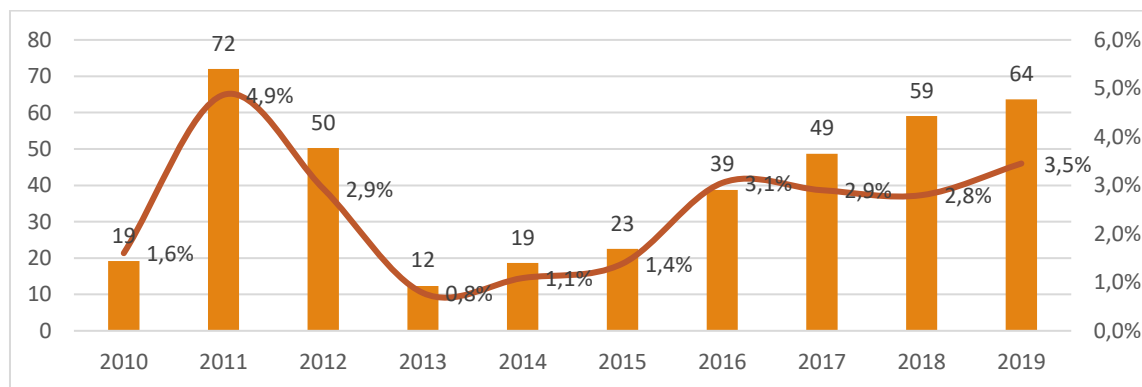
Wykres 54 Eksport branży na rynek belgijski i udział w rynku w eksporcie ogółem (mln PLN/%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

Eksport na rynek holenderski stanowi około 3,5% eksportu branży ogółem. W roku 2018 wyniósł 59 milionów złotych, po wzroście o 21,2% w stosunku do roku poprzedniego. Prognozowany wzrost w roku 2019 wyniesie ponad 17%⁹⁵. Rynek holenderski obok belgijskiego wykazuje bardzo wysokie tempo wzrostu.

Wykres 55 Eksport branży na rynek holenderski i udział w rynku w eksporcie ogółem (mln PLN/%)



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z Centrum Analitycznego Administracji Celnej

W badaniach jakościowych (IDI, fokus) przedsiębiorcy z branży jako kluczowe produkty eksportowe wskazywali: włązy, studzienki, konstrukcje stalowe, części samochodowe, piece / ruszty, drzwi, wykończenia.

⁹⁴ Centrum Analityczne Administracji Celnej

⁹⁵ Centrum Analityczne Administracji Celnej

8. ANALIZA RYNKÓW EKSPORTOWYCH POD KĄTEM MOŻLIWOŚCI EKSPORTU PRODUKTÓW PRZEMYSŁU METALOWO-ODLEWNICZEGO

8.1 NIEMCY

Niemcy są największym producentem i konsumentem wyrobów metalowych i odlewniczych w Europie.

Niemiecki przemysł metalowo-odlewniczy to 405 podmiotów. Zatrudnienie w branży w 2017 roku wyniosło 77 700 osób⁹⁶.

W 2017 roku masa odlewów wyprodukowanych przez niemieckie odlewnie żelaza i stali wyniosła 4,2 miliony ton. W porównaniu z 2016 roku odpowiada to wzrostowi o 6,8%⁹⁷.

W 2017 roku niemieckie przedsiębiorstwa zakupiły około 4,2 milionów ton odlewów. W porównaniu z rokiem 2016 oznacza to wzrost o 3,7%. Zamówienia z największej branży klientów, inżynierii pojazdów, były o 1,1% wyższe niż przed rok wcześniej i wyniosły 2,3 miliona ton. Branża mechaniczna zakupiła 1,1 miliona ton odlewów (wzrost o 6,7% w stosunku do roku 2016)⁹⁸.

Niemieckie zamówienia na metale nieżelazne w roku 2017 wyniosły łącznie 1,4 miliona ton. Popyt na metale nieżelazne wzrósł w roku 2017 o 2,9% w stosunku do roku poprzedniego. Około 80,0% zamówień приходziło z przemysłu motoryzacyjnego⁹⁹.

Branża metalowo-odlewnicza wytwarza produkty dla innych branż przemysłowych, stąd kluczowe dla dalszych perspektyw rynku jest zachowanie tych właśnie branż. W przypadku Niemiec w roku 2019 daje się zaobserwować wyraźne spowolnienie w zakresie produkcji przemysłowej.

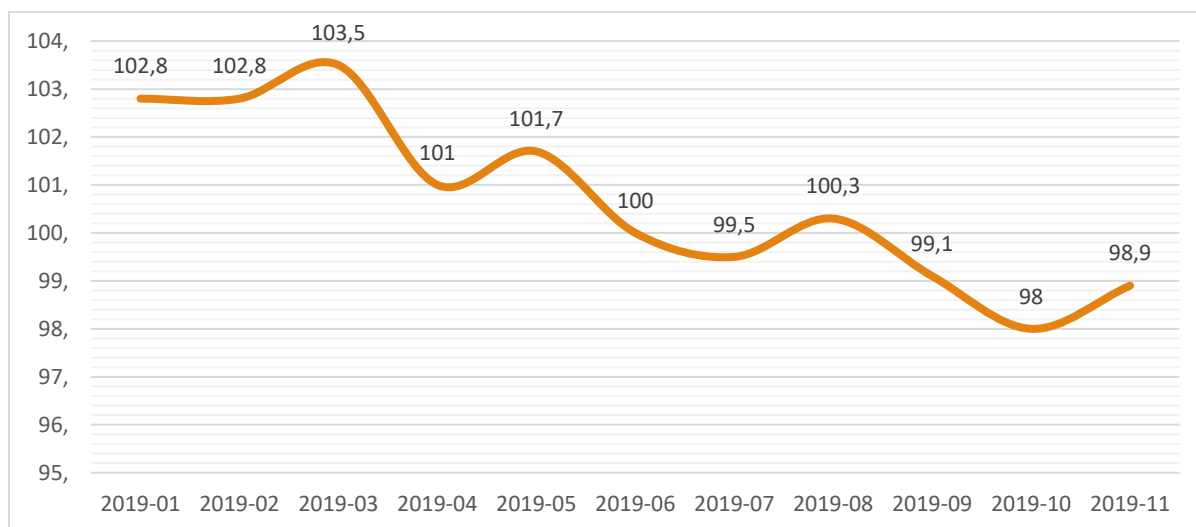
⁹⁶ The European Foundry Association, 2017 r

⁹⁷ The European Foundry Association, 2017 r

⁹⁸ The European Foundry Association, 2017 r

⁹⁹ The European Foundry Association, 2017 r

Wykres 56 Zmiany wartości produkcji przemysłowej miesiąc do miesiąca (miesiąc poprzedni = 100)



Źródło: Eurostat

Trend zniżkowy w przemyśle niemieckim ogranicza atrakcyjność tego rynku dla branży metalowo-odlewniczej.

8.1.1 ANALIZA 5-SIŁ PORTERA

Na podstawie analizy dostępnych danych dotyczących branży metalowo-odlewniczej w Niemczech dokonano analizy 5 sił Portera dla tego rynku.

Rysunek 4. Analiza 5 sił Portera dla niemieckiego rynku metalowo-odlewniczego



źródło: opracowanie własne

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Analiza 5 sił Portera to jedna z metod analizy strategicznej, która pozwoli na ocenę atrakcyjności danej branży w kontekście wstępnie wyselekcjonowanych rynków eksportowych. Analiza ta służy poznaniu otoczenia występującego na danym rynku, w szczególności istniejącej konkurencji, a co za tym idzie określenie rentowności wejścia na dany rynek.

Analiza strukturalna sektora (5 sił Portera) pozwala ocenić atrakcyjność sektora na podstawie kształtowania się pięciu sił konkurencyjnych, które występują w każdym sektorze:

- Konkurencji w sektorze - rywalizacji między istniejącymi konkurentami,
- Groźby wejścia nowych konkurentów,
- Siły przetargowej nabywców,
- Siły przetargowej dostawców,
- Zagrożenia ze strony substytutów.

Analizy strukturalnej oceniając poszczególne siły w sektorze metodą ekspercką w skali 1-5 gdzie wartościom przypisano następujące znaczenie:

- 1 – wysoka siła oddziaływania, silny negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 2 – negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 3 – neutralny wpływ na atrakcyjność sektora
- 4 – umiarkowany pozytywny wpływ na rynek
- 5 – bardzo atrakcyjny wpływ na rynek.

W przypadku niemieckiego sektora metalowo-odlewniczego analiza wskazuje na następujące wyniki:

Konkurencji w sektorze: ocena 3. Pozytywna ocena wynika przede wszystkim z bardzo dobrej oceny wielkości i perspektyw rynku - rynek niemiecki jest oceniany jako największy i najbardziej chłonny w Europie. Jednocześnie oceny związane z potencjałem rozwoju i wzrostu rynku są niepewne w obliczu możliwych zawirowań i wojny celnej z USA (szczególnie w przypadku przemysłu samochodowego i metali nieżelaznych). Rynek charakteryzuje się również wysokimi cenami i atrakcyjnością dla polskich przedsiębiorstw. Ważnym aspektem jest wysoka konkurencyjność polskich przedsiębiorstw w stosunku do podmiotów niemieckich działających na rynku oraz możliwy do uzyskania poziom marż. Dodatkowo Niemcy zajmują czołowe miejsce w strukturze eksportu branży metalowo-odlewniczej w województwie świętokrzyskim utrzymując ponad 25% udział w eksporcie branży ogółem.

- ✓ Liczba i siła konkurentów: duża liczba konkurentów zarówno w postaci dużej produkcji w kraju jak i dużej liczby konkurentów międzynarodowych aktywnych na rynku.
- ✓ Możliwość różnicowania produktów: niska. Produkty metalowo-odlewnicze stanowią typowy produkt „comodity” o małych możliwościach różnicowania wyrobu.
- ✓ Koszty stałe: bardzo duże znaczenie – koszty utrzymania infrastruktury i personelu to podstawowe koszty branży (wynagrodzenia około 30-40% kosztów). Duże znaczenie tych kosztów zaostża poziom konkurencji w sektorze.
- ✓ Bariery wyjścia z rynku: wysokie związane z koniecznością pozbycia się specjalistycznych aktywów o bardzo dużej wartości.

Ogólna ocena poziomu konkurencji wewnątrz sektora jest więc neutralna.

Groźby wejścia nowych konkurentów: ocena 4. Ocena umiarkowanie pozytywnego wpływu na rynek wynika z poziomu rozwoju rynku – obecnie działające przedsiębiorstwa oraz bariery wejścia związane ze skalą inwestycji oraz stosunkowo niską atrakcyjnością ekonomiczną sektora ograniczają groźbę pojawienia się nowych konkurentów.

- ✓ Nowa działalność łatwo mieści się w profilu dotychczasowej działalności: ograniczone możliwości w przypadku produkcji metalowo-odlewniczej – konieczność bardzo dużych inwestycji w infrastrukturę produkcyjną i pozyskania specjalistycznego personelu.
- ✓ Rynek stwarza atrakcyjne perspektywy rozwoju i poprawy rentowności: przeciętnie, branża o niskiej rentowności i niepewnych perspektywach rozwoju.
- ✓ Podjęcie działalności oznacza duże koszty: tak, w przypadku podmiotów nie zajmujących się produkcją konieczne jest podjęcie dużych inwestycji.

Substytuty: ocena 4. Groźba pojawienia się substytutów jest niska. W branży pojawiają się nowe technologie ale poziom rozwoju jest w miarę stabilny. Poziom zagrożenia ogranicza skala zjawiska i jego wpływu na rynek. Wpływ ten oceniany jest jako umiarkowany i rozłożony w czasie stąd ogólna ocena czynnika umiarkowanie pozytywna.

Siła przetargowa odbiorców: ocena 3. Siła odbiorców może obecnie być oceniona neutralna. Klientami branży metalowo-odlewniczej są przedsiębiorstwa przemysłowe:

- ✓ Względna koncentracja sektora: równowaga w stosunkach pomiędzy podmiotami.
- ✓ Uzależnienie od jakości usług: całkowicie po stronie klienta
- ✓ Poziom zróżnicowania produktów i usług: niewielki, przewaga po stronie odbiorców branży metalowej.

Siła przetargowa dostawców: ocena 3. Obszar oceniono jako neutralny dla perspektyw rynku. Dostawcami dla branży metalowo-odlewniczej są przede wszystkim kopalnie dostarczające metale oraz wytwórcy energii. Siła przetargowa branży jest więc porównywalna w stosunku do jej dostawców.

Ogólnie poziom atrakcyjności sektora metalowo-odlewniczego w Niemczech można ocenić jako umiarkowanie atrakcyjny (**ocena średnia 3,4**).

8.1.2 ANALIZA SWOT

Celem analizy SWOT jest uporządkowanie posiadanych informacji strategicznych w cztery grupy (cztery kategorie czynników strategicznych), dzięki którym zidentyfikowane zostaną mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie badanych obszarów:

- S (Strengths) – mocne strony: wszystko to co stanowi atut, przewagę, zaletę analizowanego obszaru,
- W (Weaknesses) – słabe strony: wszystko to co stanowi słabość, barierę, wadę analizowanego obszaru,
- (Opportunities) – szanse: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru szansę korzystnej zmiany,
- T (Threats) – zagrożenia: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru niebezpieczeństwo zmiany niekorzystnej.

Analizę dla możliwości internacjonalizacji przedsiębiorstw z branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego w Niemczech przeprowadzono metodą ekspercką przy wykorzystaniu informacji i danych pochodzących z badań pierwotnych i wtórnych źródeł dostępnych publicznie. Przeprowadzona analiza podsumowuje możliwości ekspansji przedsiębiorstw działających w ramach inteligentnej specjalizacji regionu – branża metalowo-odlewnicza na rynku niemieckim. Wyniki analizy zestawiono w tabeli poniżej.

Tabela 6. Analiza SWOT

Silne strony	Słabe strony
• Przewaga kosztowa • Wysoka jakość usług i produktów • Doświadczenie na rynku niemieckim • Dostęp do pracowników o wysokich kwalifikacjach • Wysoki współczynnik sprzedaży produktów innowacyjnych zagranicą	▪ Niski poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw ▪ Ograniczone zasoby finansowe ▪ Niska znajomość marek z regionu na rynku zagranicznym ▪ Słaba innowacyjność ▪ Ograniczona gama produktów
Szanse	Zagrożenia
▪ Największy rynek w Europie ▪ Silne więzy handlowe z Polską ▪ Bliskość geograficzna ▪ Wysokie ceny i marże na rynku ▪ Wysokie koszty pracy na rynku niemieckim	▪ Słabnąca koniunktura w gospodarce niemieckiej ▪ Konkurencja ▪ Rosnące koszty pracy ▪ Malejące zasoby wykwalifikowanych pracowników w Polsce

Źródło: Opracowanie własne

Zważywszy na równowagę pomiędzy słabymi a silnymi stronami podmiotów w ramach inteligentnej specjalizacji województwa świętokrzyskiego oraz pozytywną oceną perspektyw na rynku metalowo-odlewniczym w Niemczech rekomenduje się przyjęcie **strategii konkurencyjnej** dla internacjonalizacji w tym kraju.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Strategia konkurencyjna polega na eliminowaniu słabych stron funkcjonowania podmiotu oraz budowaniu konkurencyjnej siły i przewagi przez maksymalne wykorzystanie istniejących szans sprzyjających rozwojowi.

Strategia konkurencyjna obejmuje takie działania jak: powiększanie zasobów finansowych, powiększanie zasobów handlowych, ulepszanie linii produktów, zwiększanie produktywności, redukcja kosztów, utrzymanie przewagi konkurencyjnej. Jest to strategia polegająca na budowaniu infrastruktury i kanałów sprzedaży na rynku zagranicznym przy jednoczesnej realizacji wybranych projektów prowadzących do stworzenia wysoce innowacyjnych i konkurencyjnych rynkowo produktów.

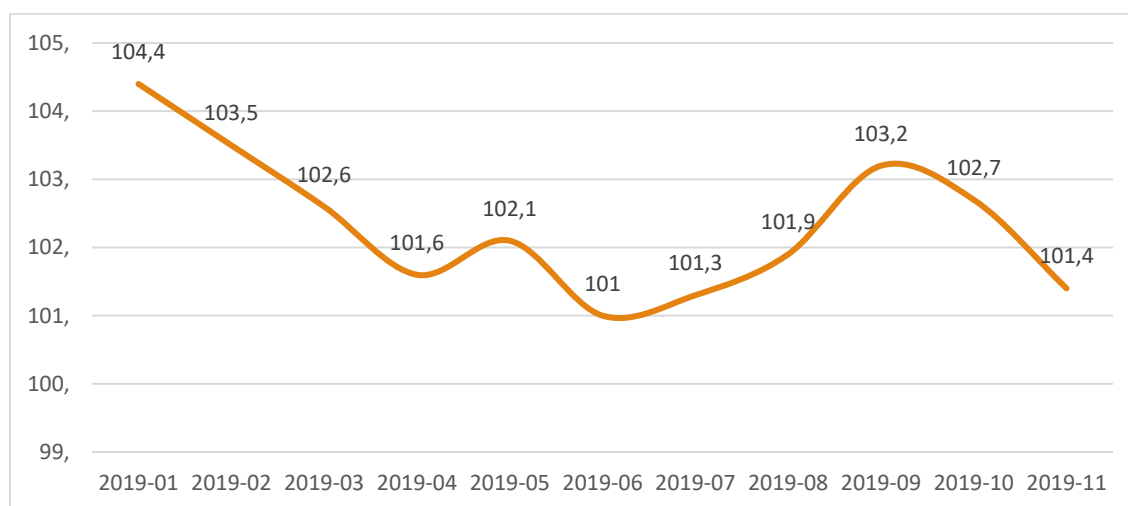
8.2 HOLANDIA

Po kryzysie gospodarczym w latach 2008-2009 większość holenderskich odlewni zwiększyła produkcję w latach 2010-2017. Jednak opłacalność holenderskich odlewni pozostała niska. Bardzo konkurencyjny rynek pracy w Holandii jest dużym problemem dla holenderskiego przemysłu odlewniczego¹⁰⁰. W wielu odlewniach wystąpiły problemy pozyskaniem nowych pracowników przy jednoczesnym wzroście produkcji.

Holenderskie odlewnie są nastawione przede wszystkim na eksport. Ważnym celem jest zwiększanie konkurencyjności przedsiębiorstw odlewniczych. Zwiększenie zasobów siły roboczej, ograniczenie kosztów energii oraz cen materiałów są konieczne do uzyskania rentowności i konkurencyjności holenderskiego przemysłu odlewniczego.

Pomimo pewnego spowolnienia holenderski przemysł w 2019 roku wykazywał tendencję wzrostową, co przekłada się na dobre perspektywy eksportu wyrobów metalowych na ten rynek.

Wykres 57 Zmiany wartości produkcji przemysłowej miesiąc do miesiąca (miesiąc poprzedni = 100)



Źródło: Eurostat

¹⁰⁰ The European Foundry Association, 2017 r

8.2.1 ANALIZA 5-SIŁ PORTERA

Na podstawie analizy dostępnych danych dotyczących branży metalowo-odlewniczej w Holandii dokonano analizy 5 sił Portera dla tego rynku.

Rysunek 5. Analiza 5 sił Portera dla holenderskiego rynku metalowo-odlewniczego



źródło: opracowanie własne

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Analiza 5 sił Portera to jedna z metod analizy strategicznej, która pozwoli na ocenę atrakcyjności danej branży w kontekście wstępnie wyselekcjonowanych rynków eksportowych. Analiza ta służy poznaniu otoczenia występującego na danym rynku, w szczególności istniejącej konkurencji, a co za tym idzie określenie rentowności wejścia na dany rynek.

Analiza strukturalna sektora (5 sił Portera) pozwala ocenić atrakcyjność sektora na podstawie kształtowania się pięciu sił konkurencyjnych, które występują w każdym sektorze:

- Konkurencji w sektorze - rywalizacji między istniejącymi konkurentami,
- Groźby wejścia nowych konkurentów,
- Siły przetargowej nabywców,
- Siły przetargowej dostawców,
- Zagrożenia ze strony substytutów.

Analizy strukturalnej oceniając poszczególne siły w sektorze metodą ekspercką w skali 1-5 gdzie wartościom przypisano następujące znaczenie:

- 1 – wysoka siła oddziaływania, silny negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 2 – negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 3 – neutralny wpływ na atrakcyjność sektora
- 4 – umiarkowany pozytywny wpływ na rynek
- 5 – bardzo atrakcyjny wpływ na rynek.

W przypadku holenderskiego sektora metalowo-odlewniczego analiza wskazuje na następujące wyniki:

Konkurencji w sektorze: ocena 2. Stosunkowo mały rynek z bardzo wysokim poziomem konkurencji pomiędzy podmiotami. Rynek charakteryzuje się również wysokimi cenami i atrakcyjnością dla polskich przedsiębiorstw. Ważnym aspektem jest wysoka konkurencyjność polskich przedsiębiorstw w stosunku do podmiotów holenderskich działających na rynku oraz możliwy do uzyskania poziom marż.

- ✓ Liczba i siła konkurentów: duża liczba konkurentów zarówno w postaci dużej produkcji w kraju jak i dużej liczby konkurentów międzynarodowych aktywnych na rynku.
- ✓ Możliwość różnicowania produktów: niska. Produkty metalowo-odlewnicze stanowią typowy produkt „comodity” o małych możliwościach różnicowania wyrobu.
- ✓ Koszty stałe: bardzo duże znaczenie – koszty utrzymania infrastruktury i personelu to podstawowe koszty branży (wynagrodzenia około 30-40% kosztów). Duże znaczenie tych kosztów zaostrza poziom konkurencji w sektorze.
- ✓ Bariery wyjścia z rynku: wysokie związane z koniecznością pozbycia się specjalistycznych aktywów o bardzo dużej wartości.

Ogólna ocena poziomu konkurencji wewnątrz sektora jest więc umiarkowanie negatywna.

Groźby wejścia nowych konkurentów: ocena 4. Ocena umiarkowanie pozytywnego wpływu na rynek wynika z poziomu rozwoju rynku – obecnie działające przedsiębiorstwa oraz bariery wejścia związane ze skalą inwestycji oraz stosunkowo niską atrakcyjnością ekonomiczną sektora ograniczają groźbę pojawienia się nowych konkurentów.

- ✓ Nowa działalność łatwo mieści się w profilu dotychczasowej działalności: ograniczone możliwości w przypadku produkcji metalowo-odlewniczej – konieczność bardzo dużych inwestycji w infrastrukturę produkcyjną i pozyskania specjalistycznego personelu.
- ✓ Rynek stwarza atrakcyjne perspektywy rozwoju i poprawy rentowności: przeciętnie, branża o niskiej rentowności i niepewnych perspektywach rozwoju.
- ✓ Podjęcie działalności oznacza duże koszty: tak, w przypadku podmiotów nie zajmujących się produkcją konieczne jest podjęcie dużych inwestycji.

Substytuty: ocena 4. Groźba pojawienia się substytutów jest niska. W branży pojawiają się nowe technologie ale poziom rozwoju jest w miarę stabilny. Poziom zagrożenia ogranicza skala zjawiska i jego wpływu na rynek. Wpływ ten oceniany jest jako umiarkowany i rozłożony w czasie stąd ogólna ocena czynnika umiarkowanie pozytywna.

Siła przetargowa odbiorców: ocena 2. Siła odbiorców jest wyższa niż w przypadku producentów z branży metalowo-odlewniczej. Klientami branży metalowo-odlewniczej są przedsiębiorstwa przemysłowe:

- ✓ Względna koncentracja sektora: przewaga odbiorców pod względem koncentracji, duża część sprzedaży nastawiona na eksport
- ✓ Uzależnienie od jakości usług: po stronie klienta
- ✓ Poziom zróżnicowania produktów i usług: niewielki, przewaga po stronie odbiorców branży metalowej.

Siła przetargowa dostawców: ocena 3. Obszar oceniono jako neutralny dla perspektyw rynku. Dostawcami dla branży metalowo-odlewniczej są przede wszystkim kopalnie dostarczające metale oraz wytwórcy energii. Siła przetargowa branży jest więc porównywalna w stosunku do jej dostawców.

Ogólnie poziom atrakcyjności sektora metalowo-odlewniczego w Holandii można ocenić jako neutralny (**ocena średnia 3,0**).

8.2.2 ANALIZA SWOT

Celem analizy SWOT jest uporządkowanie posiadanych informacji strategicznych w cztery grupy (cztery kategorie czynników strategicznych), dzięki którym zidentyfikowane zostaną mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie badanych obszarów:

- S (Strengths) – mocne strony: wszystko to co stanowi atut, przewagę, zaletę analizowanego obszaru,
- W (Weaknesses) – słabe strony: wszystko to co stanowi słabość, barierę, wadę analizowanego obszaru,
- (Opportunities) – szanse: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru szansę korzystnej zmiany,
- T (Threats) – zagrożenia: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru niebezpieczeństwo zmiany niekorzystnej.

Analizę dla możliwości internacjonalizacji przedsiębiorstw z branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego w Holandii przeprowadzono metodą ekspercką przy wykorzystaniu informacji i danych pochodzących z badań pierwotnych i wtórnych źródeł dostępnych publicznie. Przeprowadzona analiza podsumowuje możliwości ekspansji przedsiębiorstw działających w ramach inteligentnej specjalizacji regionu – branża metalowo-odlewnicza na rynku holenderskim. Wyniki analizy zestawiono w tabeli poniżej.

Tabela 7. Analiza SWOT

Silne strony	Słabe strony
• Przewaga kosztowa • Wysoka jakość usług i produktów • Dostęp do pracowników o wysokich kwalifikacjach • Wysoki współczynnik sprzedaży produktów innowacyjnych zagranicą • Szybki wzrost sprzedaży wyrobów branży na rynek	▪ Niski poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw ▪ Ograniczone zasoby finansowe ▪ Niska znajomość marek z regionu na rynku zagranicznym ▪ Słaba innowacyjność ▪ Ograniczona gama produktów
Szanse	Zagrożenia
▪ Wysokie ceny i marże na rynku ▪ Wysokie koszty pracy ▪ Wysokie koszty energii ▪ Brak własnych surowców	▪ Stosunkowo niewielki rynek ▪ Bardzo silna konkurencja ▪ Nastawienie eksportowe przemysłu metalowo-odlewniczego w Holandii ▪ Słabnąca koniunktura w gospodarce ▪ Rosnące koszty pracy i energii w Polsce

Źródło: Opracowanie własne

Pomiędzy słabymi a silnymi stronami podmiotów w branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego występuje równowaga. Zagrożenia rynkowe w Holandii przeważają nad szansami stąd należy przyjąć **konserwatywną strategię** działania na tym rynku.

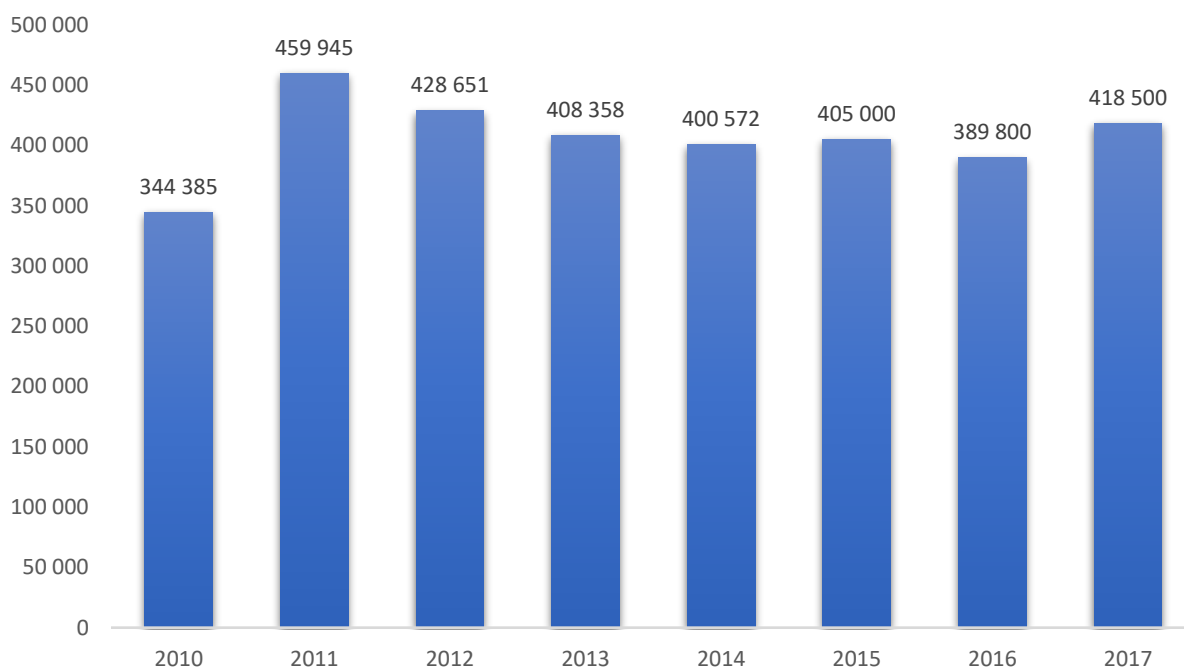
Strategia konserwatywna polega na wykorzystaniu atutów do przewyciężenia trudności występujących w otoczeniu.

Strategia konserwatywna obejmuje takie działania jak: poprawa efektywności działania, poszukiwanie nowych sposobów świadczenia usług, poszukiwanie nowych, efektywnych metod prowadzenia działalności biznesowej, współpraca i kooperacja na wybranym rynku przez podmioty z branży.

8.3 CZECHY

Produkcja czeskiej branży metalowo-odlewniczej w roku 2017 osiągnęła 418 500 ton wyrobów. W stosunku do roku 2016 przemysł czeski odnotował wzrost o 7,3%¹⁰¹.

Wykres 58 Produkcja branży metalowo-odlewniczej w Czechach (tys. ton)



Źródło: Czeski Urząd Statystyczny

Do 2016 roku produkcja odlewów żeliwnych i stalowych w Czechach stale się zmniejsza. Od wiosny 2017 roku sytuacja się odwróciła i produkcja branży zaczęła rosnąć dzięki zwiększonemu popytowi przemysłu na wyroby odlewnicze. Po dramatycznym załamaniu w latach 2012 - 2014 produkcja odlewów stali ustabilizowała się na poziomie około 60 tysięcy ton rocznie. W nadchodzących latach nie można oczekiwać znaczącego wzrostu produkcji ponieważ czeski przemysł wykorzystuje obecnie 85-90% mocy produkcyjnych i nie jest w stanie dalej zwiększać produkcji. Brak wykwalifikowanych pracowników jest też ważnym problemem branży w Czechach¹⁰².

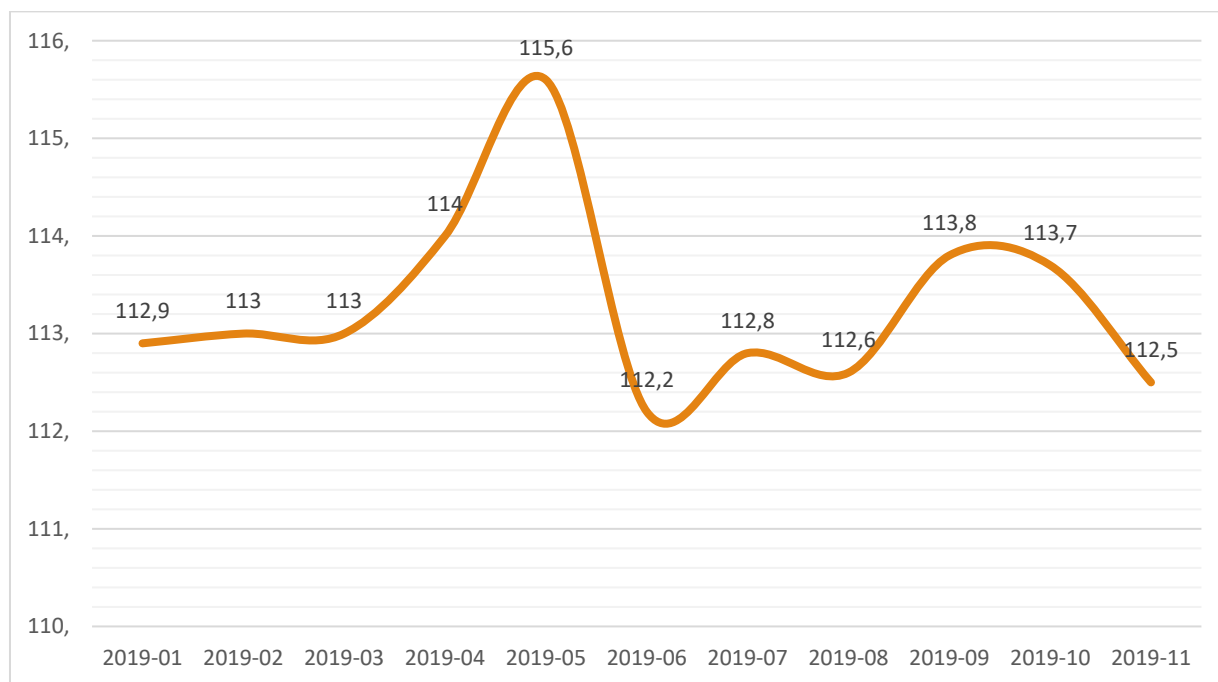
Sektor metalowo-odlewniczy w Czechach charakteryzuje niska rentowność, która pomimo wzrostu popytu i skali produkcji pozostaje na poziomie niższym niż średnia dla gospodarki kraju.

¹⁰¹ Czeski Urząd Statystyczny

¹⁰² The European Foundry Association, 2017 r

Głównym odbiorcom wyrobów metalowych w Czechach jest przemysł motoryzacyjny. W Czechach wzrost produkcji przemysłowej pozostaje na wysokim poziomie (ponad 10% w skali roku)¹⁰³. Stąd ocena perspektyw rozwoju rynku jest pozytywna.

Wykres 59 Zmiany wartości produkcji przemysłowej miesiąc do miesiąca (miesiąc poprzedni = 100)



Źródło: Eurostat

¹⁰³ The European Foundry Association, 2017 r

8.3.1 ANALIZA 5-SIŁ PORTERA

Na podstawie analizy dostępnych danych dotyczących branży metalowo-odlewniczej w Czechach dokonano analizy 5 sił Portera dla tego rynku.

Rysunek 6. Analiza 5 sił Portera dla czeskiego rynku metalowo-odlewniczego



źródło: opracowanie własne

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Analiza 5 sił Portera to jedna z metod analizy strategicznej, która pozwoli na ocenę atrakcyjności danej branży w kontekście wstępnie wyselekcjonowanych rynków eksportowych. Analiza ta służy poznaniu otoczenia występującego na danym rynku, w szczególności istniejącej konkurencji, a co za tym idzie określenie rentowności wejścia na dany rynek.

Analiza strukturalna sektora (5 sił Portera) pozwala ocenić atrakcyjność sektora na podstawie kształtowania się pięciu sił konkurencyjnych, które występują w każdym sektorze:

- Konkurencji w sektorze - rywalizacji między istniejącymi konkurentami,
- Groźby wejścia nowych konkurentów,
- Siły przetargowej nabywców,
- Siły przetargowej dostawców,
- Zagrożenia ze strony substytutów.

Analizy strukturalnej oceniając poszczególne siły w sektorze metodą ekspercką w skali 1-5 gdzie wartościom przypisano następujące znaczenie:

- 1 – wysoka siła oddziaływania, silny negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 2 – negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 3 – neutralny wpływ na atrakcyjność sektora
- 4 – umiarkowany pozytywny wpływ na rynek
- 5 – bardzo atrakcyjny wpływ na rynek.

W przypadku czeskiego sektora metalowo-odlewniczego analiza wskazuje na następujące wyniki:

Konkurencji w sektorze: ocena 2. Stosunkowo mały rynek z wysokim poziomem konkurencji ze strony lokalnych silnych graczy z branży odlewniczej. Ważnym aspektem jest spadająca konkurencyjność polskich przedsiębiorstw w stosunku do podmiotów czeskich działających na rynku oraz stopniowy spadek importu z Polski do Czech.

- ✓ Liczba i siła konkurentów: duża liczba konkurentów lokalnych, siła konkurentów stosunkowo wysoka.
- ✓ Możliwość różnicowania produktów: niska. Produkty metalowo-odlewnicze stanowią typowy produkt „comodity” o małych możliwościach różnicowania wyrobu.
- ✓ Koszty stałe: bardzo duże znaczenie – koszty utrzymania infrastruktury i personelu to podstawowe koszty branży (wynagrodzenia około 30-40% kosztów). Duże znaczenie tych kosztów zaostrza poziom konkurencji w sektorze.
- ✓ Bariery wyjścia z rynku: wysokie związane z koniecznością pozbycia się specjalistycznych aktywów o bardzo dużej wartości.

Ogólna ocena poziomu konkurencji wewnątrz sektora jest więc umiarkowanie negatywna.

Groźby wejścia nowych konkurentów: ocena 4. Ocena umiarkowanie pozytywnego wpływu na rynek wynika z poziomu rozwoju rynku – obecnie działające przedsiębiorstwa oraz bariery wejścia związane ze skalą inwestycji oraz stosunkowo niską atrakcyjnością ekonomiczną sektora ograniczają groźbę pojawienia się nowych konkurentów.

- ✓ Nowa działalność łatwo mieści się w profilu dotychczasowej działalności: ograniczone możliwości w przypadku produkcji metalowo-odlewniczej – konieczność bardzo dużych inwestycji w infrastrukturę produkcyjną i pozyskania specjalistycznego personelu.
- ✓ Rynek stwarza atrakcyjne perspektywy rozwoju i poprawy rentowności: przeciętnie, branża o niskiej rentowności i niepewnych perspektywach rozwoju.
- ✓ Podjęcie działalności oznacza duże koszty: tak, w przypadku podmiotów nie zajmujących się produkcją konieczne jest podjęcie dużych inwestycji.

Subsytyty: ocena 4. Groźba pojawienia się substytutów jest niska. W branży pojawiają się nowe technologie ale poziom rozwoju jest w miarę stabilny. Poziom zagrożenia ogranicza skala zjawiska i jego wpływu na rynek. Wpływ ten oceniany jest jako umiarkowany i rozłożony w czasie stąd ogólna ocena czynnika umiarkowanie pozytywna.

Siła przetargowa odbiorców: ocena 3. Siła odbiorców jest zbliżona przypadku producentów z branży metalowo-odlewniczej. Klientami branży metalowo-odlewniczej są przedsiębiorstwa przemysłowe:

- ✓ Względna koncentracja sektora: przewaga odbiorców pod względem koncentracji, duża część sprzedaży nastawiona na eksport
- ✓ Uzależnienie od jakości usług: po stronie klienta
- ✓ Poziom zróżnicowania produktów i usług: niewielki, przewaga po stronie odbiorców branży metalowej.

Siła przetargowa dostawców: ocena 3. Obszar oceniono jako neutralny dla perspektyw rynku. Dostawcami dla branży metalowo-odlewniczej są przede wszystkim kopalnie dostarczające metale oraz wytwórcy energii. Siła przetargowa branży jest więc porównywalna w stosunku do jej dostawców.

Ogólnie poziom atrakcyjności sektora metalowo-odlewniczego w Czechach można ocenić jako neutralny (**ocena średnia 3,0**).

8.3.2 ANALIZA SWOT

Celem analizy SWOT jest uporządkowanie posiadanych informacji strategicznych w cztery grupy (cztery kategorie czynników strategicznych), dzięki którym zidentyfikowane zostaną mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie badanych obszarów:

- S (Strengths) – mocne strony: wszystko to co stanowi atut, przewagę, zaletę analizowanego obszaru,
- W (Weaknesses) – słabe strony: wszystko to co stanowi słabość, barierę, wadę analizowanego obszaru,
- (Opportunities) – szanse: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru szansę korzystnej zmiany,
- T (Threats) – zagrożenia: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru niebezpieczeństwo zmiany niekorzystnej.

Analizę dla możliwości internacjonalizacji przedsiębiorstw z branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego w Czechach przeprowadzono metodą ekspercką przy wykorzystaniu informacji i danych pochodzących z badań pierwotnych i wtórnych źródeł dostępnych publicznie. Przeprowadzona analiza podsumowuje możliwości ekspansji przedsiębiorstw działających w ramach inteligentnej specjalizacji regionu – branża metalowo-odlewnicza na rynku czeskim. Wyniki analizy zestawiono w tabeli poniżej.

Tabela 8. Analiza SWOT

Silne strony	Słabe strony
• Przewaga kosztowa • Wysoka jakość usług i produktów • Dostęp do pracowników o wysokich kwalifikacjach • Wysoki współczynnik sprzedaży produktów innowacyjnych zagranicą • Szybki wzrost sprzedaży wyrobów branży na rynek	▪ Niski poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw ▪ Ograniczone zasoby finansowe ▪ Słaba innowacyjność ▪ Ograniczona gama produktów
Szanse	Zagrożenia
▪ Stosunkowo wysoki popyt ze strony przemysłu samochodowego ▪ Bliskość geograficzna rynku ▪ Obecność na rynku i kontakty handlowe ▪ Wysoki stopień wykorzystania zdolności produkcyjnych w branży w Czechach	▪ Stosunkowo niewielki rynek ▪ Silna konkurencja ▪ Niska rentowność działalności ▪ Słabnąca koniunktura w gospodarce ▪ Rosnące koszty pracy i energii w Polsce

Źródło: Opracowanie własne

Podobnie jak w przypadku Holandii, na rynku czeskim występuje równowaga pomiędzy słabymi a silnymi stronami podmiotów w branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego, a zagrożenia w otoczeniu przeważają nad szansami stąd należy przyjąć **konserwatywną strategię** działania na tym rynku.

Strategia konserwatywna polega na wykorzystaniu atutów do przezwyciężenia trudności występujących w otoczeniu.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Strategia konserwatywna obejmuje takie działania jak: poprawa efektywności działania, poszukiwanie nowych sposobów świadczenia usług, poszukiwanie nowych, efektywnych metod prowadzenia działalności biznesowej, współpraca i kooperacja na wybranym rynku przez podmioty z branży.

8.4 BELGIA

Produkcja belgijskiego przemysłu odlewniczego spadła w 2017 roku do poziomu 80 900 ton¹⁰⁴. Było to o 6,9% poniżej wartości z roku 2016¹⁰⁵. Spadek ten wynika z sytuacji w segmencie produkcji odlewów stalowych. Duża część zdolności produkcyjnych w przedsiębiorstwach z branży metalowo-odlewniczej w Belgii pozostaje niewykorzystana.

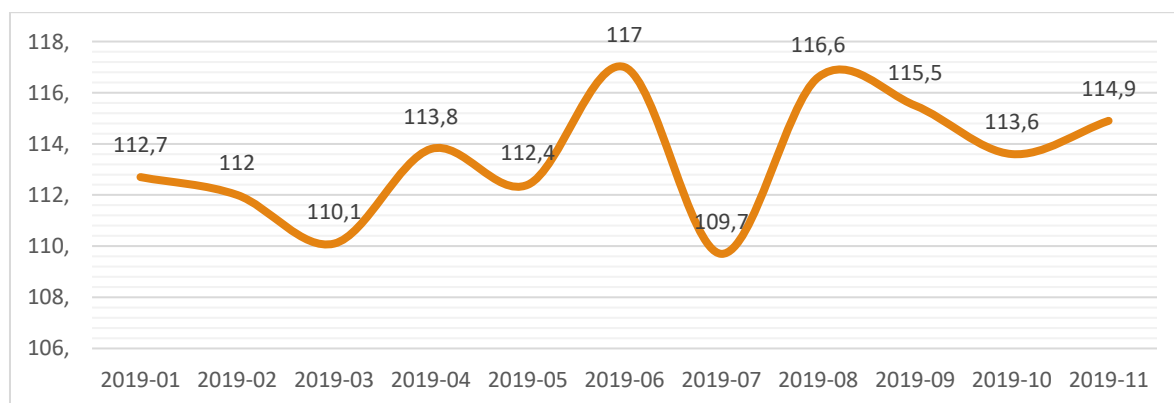
Odlewanie żelaza jest obecnie największym podsektorem belgijskiego przemysłu odlewniczego. W 2017 roku jego produkcja wzrosła o 6,1% do 71 238 ton¹⁰⁶.

Produkcja odlewów stali spadła o 58% w 2017 roku do 7,331 ton. Spadek ten jest nie tylko spowodowany do zamknięciem największego zakładu w podsektorze, ale także efektem ograniczenia produkcji w 75% pozostałych zakładów¹⁰⁷.

Przy wielkości 2 318 ton produkcja odlewów metali nieżelaznych była na mniej więcej tym samym poziomie co w 2016 roku. Produkcja metali nieżelaznych wykazuje trend wzrostowy¹⁰⁸.

Podobnie jak na rynku czeskim przemysł belgijski wykazuje ciągle wysoką dynamikę wzrostu co powinno przełożyć się na zwiększone zapotrzebowanie na wyroby branży metalowo-odlewniczej.

Wykres 60 Zmiany wartości produkcji przemysłowej miesiąc do miesiąca (miesiąc poprzedni = 100)



Źródło: Eurostat

¹⁰⁴ The European Foundry Association, 2017 r

¹⁰⁵ The European Foundry Association, 2017 r

¹⁰⁶ The European Foundry Association, 2017 r

¹⁰⁷ The European Foundry Association, 2017 r

¹⁰⁸ The European Foundry Association, 2017 r

8.4.1 ANALIZA 5-SIŁ PORTERA

Na podstawie analizy dostępnych danych dotyczących branży metalowo-odlewniczej w Belgii dokonano analizy 5 sił Portera dla tego rynku.

Rysunek 7. Analiza 5 sił Portera dla belgijskiego rynku metalowo-odlewniczego



źródło: opracowanie własne

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Analiza 5 sił Portera to jedna z metod analizy strategicznej, która pozwoli na ocenę atrakcyjności danej branży w kontekście wstępnie wyselekcjonowanych rynków eksportowych. Analiza ta służy poznaniu otoczenia występującego na danym rynku, w szczególności istniejącej konkurencji, a co za tym idzie określenie rentowności wejścia na dany rynek.

Analiza strukturalna sektora (5 sił Portera) pozwala ocenić atrakcyjność sektora na podstawie kształtowania się pięciu sił konkurencyjnych, które występują w każdym sektorze:

- Konkurencji w sektorze - rywalizacji między istniejącymi konkurentami,
- Groźby wejścia nowych konkurentów,
- Siły przetargowej nabywców,
- Siły przetargowej dostawców,
- Zagrożenia ze strony substytutów.

Analizy strukturalnej oceniając poszczególne siły w sektorze metodą ekspercką w skali 1-5 gdzie wartościom przypisano następujące znaczenie:

- 1 – wysoka siła oddziaływania, silny negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 2 – negatywny wpływ na atrakcyjność rynku
- 3 – neutralny wpływ na atrakcyjność sektora
- 4 – umiarkowany pozytywny wpływ na rynek
- 5 – bardzo atrakcyjny wpływ na rynek.

W przypadku belgijskiego sektora metalowo-odlewniczego analiza wskazuje na następujące wyniki:

Konkurencji w sektorze: ocena 3. Stosunkowo mały rynek z wysokim poziomem konkurencji ze strony lokalnych silnych graczy z branży odlewniczej. Duża część mocy produkcyjnych belgijskiej branży metalowej pozostaje niewykorzystana. Z drugiej strony Belgia to kraj, w którym eksport wyrobów branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego rósł najszybciej w ostatnich latach w tempie około 60% rocznie.

- ✓ Liczba i siła konkurentów: duża liczba konkurentów lokalnych, niewykorzystane moce produkcyjne ale duża przewaga kosztowa polskich producentów, szybko rosnący eksport
- ✓ Możliwość różnicowania produktów: niska. Produkty metalowo-odlewnicze stanowią typowy produkt „comodity” o małych możliwościach różnicowania wyrobu.
- ✓ Koszty stałe: bardzo duże znaczenie – koszty utrzymania infrastruktury i personelu to podstawowe koszty branży (wynagrodzenia około 30-40% kosztów). Duże znaczenie tych kosztów zaostrza poziom konkurencji w sektorze.
- ✓ Bariery wyjścia z rynku: wysokie związane z koniecznością pozbycia się specjalistycznych aktywów o bardzo dużej wartości.

Ogólna ocena poziomu konkurencji wewnątrz sektora jest więc neutralna.

Groźby wejścia nowych konkurentów: ocena 4. Ocena umiarkowanie pozytywnego wpływu na rynek wynika z poziomu rozwoju rynku – obecnie działające przedsiębiorstwa oraz bariery wejścia związane ze skalą inwestycji oraz stosunkowo niską atrakcyjnością ekonomiczną sektora ograniczają groźbę pojawienia się nowych konkurentów.

- ✓ Nowa działalność łatwo mieści się w profilu dotychczasowej działalności: ograniczone możliwości w przypadku produkcji metalowo-odlewniczej – konieczność bardzo dużych inwestycji w infrastrukturę produkcyjną i pozyskania specjalistycznego personelu.
- ✓ Rynek stwarza atrakcyjne perspektywy rozwoju i poprawy rentowności: przeciętnie, branża o niskiej rentowności i niepewnych perspektywach rozwoju.
- ✓ Podjęcie działalności oznacza duże koszty: tak, w przypadku podmiotów nie zajmujących się produkcją konieczne jest podjęcie dużych inwestycji.

Subsytyty: ocena 4. Groźba pojawienia się substytutów jest niska. W branży pojawiają się nowe technologie ale poziom rozwoju jest w miarę stabilny. Poziom zagrożenia ogranicza skala zjawiska i jego wpływu na rynek. Wpływ ten oceniany jest jako umiarkowany i rozłożony w czasie stąd ogólna ocena czynnika umiarkowanie pozytywna.

Siła przetargowa odbiorców: ocena 3. Siła odbiorców jest zbliżona przypadku producentów z branży metalowo-odlewniczej. Klientami branży metalowo-odlewniczej są przedsiębiorstwa przemysłowe:

- ✓ Względna koncentracja sektora: przewaga odbiorców pod względem koncentracji, duża część sprzedaży nastawiona na eksport
- ✓ Uzależnienie od jakości usług: po stronie klienta
- ✓ Poziom zróżnicowania produktów i usług: niewielki, przewaga po stronie odbiorców branży metalowej.

Siła przetargowa dostawców: ocena 3. Obszar oceniono jako neutralny dla perspektyw rynku. Dostawcami dla branży metalowo-odlewniczej są przede wszystkim kopalnie dostarczające metale oraz wytwórcy energii. Siła przetargowa branży jest więc porównywalna w stosunku do jej dostawców.

Ogólnie poziom atrakcyjności sektora metalowo-odlewniczego w Belgii można ocenić jako umiarkowanie atrakcyjny (**ocena średnia 3,4**).

8.4.2 ANALIZA SWOT

Celem analizy SWOT jest uporządkowanie posiadanych informacji strategicznych w cztery grupy (cztery kategorie czynników strategicznych), dzięki którym zidentyfikowane zostaną mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia w zakresie badanych obszarów:

- S (Strengths) – mocne strony: wszystko to co stanowi atut, przewagę, zaletę analizowanego obszaru,
- W (Weaknesses) – słabe strony: wszystko to co stanowi słabość, barierę, wadę analizowanego obszaru,
- (Opportunities) – szanse: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru szansę korzystnej zmiany,
- T (Threats) – zagrożenia: wszystko to co stwarza dla analizowanego obszaru niebezpieczeństwo zmiany niekorzystnej.

Analizę dla możliwości internacjonalizacji przedsiębiorstw z branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego w Belgii przeprowadzono metodą ekspercką przy wykorzystaniu informacji i danych pochodzących z badań pierwotnych i wtórnych źródeł dostępnych publicznie. Przeprowadzona analiza podsumowuje możliwości ekspansji przedsiębiorstw działających w ramach inteligentnej specjalizacji regionu – branża metalowo-odlewnicza na rynku belgijskim. Wyniki analizy zestawiono w tabeli poniżej.

Tabela 9. Analiza SWOT

Silne strony	Słabe strony
• Znaczna przewaga kosztowa • Wysoka jakość usług i produktów • Dostęp do pracowników o wysokich kwalifikacjach • Wysoki współczynnik sprzedaży produktów innowacyjnych zagranicą • Szybki wzrost sprzedaży wyrobów branży na rynku	▪ Niski poziom internacjonalizacji przedsiębiorstw ▪ Ograniczone zasoby finansowe ▪ Ograniczona gama produktów
Szanse	Zagrożenia
▪ Stosunkowo wysoki popyt ▪ Obecność na rynku i kontakty handlowe ▪ Wysokie ceny i marże ▪ Wysokie koszty wytworzenia produktów na rynku	▪ Stosunkowo niewielki rynek ▪ Silna konkurencja ▪ Niska rentowność działalności ▪ Niewykorzystane moce produkcyjne ▪ Rosnące koszty pracy i energii w Polsce

Źródło: Opracowanie własne

Na rynku belgijskim występuje przewaga silnych stron podmiotów w branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego, a zagrożenia w otoczeniu przeważają nad szansami stąd należy przyjąć **konserwatywną strategię** działania na tym rynku.

Strategia konserwatywna polega na wykorzystaniu atutów do przezwyciężenia trudności występujących w otoczeniu.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Strategia konserwatywna obejmuje takie działania jak: poprawa efektywności działania, poszukiwanie nowych sposobów świadczenia usług, poszukiwanie nowych, efektywnych metod prowadzenia działalności biznesowej, współpraca i kooperacja na wybranym rynku przez podmioty z branży.

8.5 PODSUMOWANIE

Na podstawie przeprowadzonej analizy rynków wybranych do eksportu dokonano oceny i wskazania rynków o najwyższej atrakcyjności dla przedsiębiorstw branży metalowo-odlewniczej z województwa świętokrzyskiego.

1. Wielkość rynku

Wybrane rynki charakteryzują się największym zapotrzebowaniem i wzrostem w obszarze produktów z branży metalowo-odlewniczej.

2. Konkurencja na rynku

Kryterium wyboru danego rynku do prowadzenia działalności eksportowej był poziom konkurencji na rynku.

3. Bariery prawne i łatwość uruchomienia sprzedaży

Potencjalne kraje, do których przedsiębiorstwa z sektora przemysłu metalowo – odlewniczego mogłyby prowadzić działalność eksportową zostały ocenione poprzez pryzmat barier biurokratycznych i wymagań w zakresie rozpoczęcia eksportu. Wybrane kraje cechują niższe bariery biurokratyczne niż inne.

4. Duża konkurencyjność cenowa i jakościowa oferty oraz jej dopasowanie do potrzeb rynku

Specyfika usług i produktów branży powoduje, że oferta eksportowa zdecydowanie lepiej dopasowuje się do rynków o dobrze rozwiniętej produkcji przemysłowej.

5. Perspektywy rozwoju rynku

Kluczowym elementem dla rozwoju eksportu jest również tempo wzrostu rynku w przyszłości dlatego w analizie prowadzącej do wskazania potencjalnych rynków posłużono się też planowanym tempem wzrostu danego kraju.

6. Ryzyko

Ryzyko rynkowe, polityczne, niestabilność systemów płatności, bezpieczeństwo transakcji i wiarygodność partnerów zostały uwzględnione w analizie prowadzącej do wyboru rynków docelowych.

Analizę krajów do rozpoczęcia działalności eksportowej przeprowadzono w oparciu o wybrane kryteria i przypisane im wartości liczbowe (każdemu z kryteriów przypisano wartość od 1 do 5 przy czym 5 oznacza bardzo dobry poziom a 1 niski poziom spełnienia kryterium). Wyniki analizy zebrano w tabeli poniżej.

Tabela 10 Analiza wyboru potencjalnych krajów do rozwoju działalności eksportowej

Kraj/Region	Rynek	Konkurencja	Bariery	Oferta	Perspektywy	Ryzyko	SUMA
Niemcy	5	4	4	4	3	5	25
Holandia	3	2	4	4	3	5	21
Czechy	3	3	4	4	3	5	22
Belgia	3	3	4	4	4	5	23

Źródło: Opracowanie własne

Wszystkie analizowane kraje zostały ocenione jako atrakcyjne pod względem internacjonalizacji usług medycznych. Krajami o najwyższym potencjale rozwoju eksportu dla branży metalowo-odlewniczej są Niemcy i Belgia, jednak pozostałe dwa analizowane kraje również uzyskały oceny wysokie pozwalające również ocenić ich potencjał do internacjonalizacji na poziomie pozwalającym na uzyskanie znaczących sukcesów przez przedsiębiorstwa z województwa świętokrzyskiego.

9. BARIERY ROZWOJU EKSPORTU

Problemy najliczniej wskazywane przez badanych wynikają z dużej konkurencyjności na rynku zagranicznym (61%) oraz z trudności w pozyskiwaniu partnerów biznesowych na rynku międzynarodowym (60%). Paradoksalnie relatywnie najmniejszą barierą dla badanych jest brak wiary w swoją zdolność konkurencyjną, o czym świadczy 42% odpowiedzi. Należy także podkreślić, że nieco ponad dwie piąte (42%) respondentów nie widzi potrzeby rozwoju działalności eksportowej, stąd nie dostrzega barier w tym zakresie.

Tabela 11. Główne bariery rozwoju potencjału eksportowego

	Tak	Nie
Duża konkurencja na zagranicznym rynku	61%	39%
Znajdowanie wiarygodnych partnerów biznesowych za granicą	60%	40%
Koszty transportu	57%	43%
Wysokie koszty dostosowania do wymogów rynków zagranicznych (np. certyfikaty, licencje)	55%	45%
Brak wykwalifikowanej kadry do obsługi zagranicznych rynków	54%	46%
Bariery językowe	53%	47%
Niska wiedza na temat wejścia na zagraniczny rynek	53%	47%
Brak zbytu, klientów	52%	48%
Pozyskiwanie informacji o zagranicznych rynkach	52%	48%
Kurs walutowy	52%	48%
Odmienne regulacje prawne i administracyjne	52%	48%
Konieczność poniesienia inwestycji	52%	48%
Brak środków finansowych	51%	49%
Wydłużenie okresu płatności	51%	49%
Nieefektywna działalność państwowych placówek za granicą	50%	50%
Słaby wizerunek polskich produktów	48%	52%
Brak uczestnictwa w szkoleniach i misjach zagranicznych (brak przygotowania)	48%	52%
Brak potrzeby eksportu	42%	58%
Brak wiary w swoją zdolność konkurencyjną	42%	58%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

W badaniu fokus i wywiadach pogłębionych (IDI) jako kluczową barierę rozwoju eksportu wskazywano z kolei niską płynność przedsiębiorstw i słabą dostępność kredytów obrotowych niezbędnych do zwiększenia poziomu produkcji i długich terminów płatności w przypadku sprzedaży zagranicą. Wśród innych barier wskazywano trudności z pozyskaniem pracowników o odpowiednich kompetencjach i słabą znajomość języków obcych.

Badanych przedsiębiorców poproszono również o określenie znaczenia czynników, które umożliwiają uzyskanie wysokiej konkurencyjności wyrobów przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych w skali od *Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.*

1 (bardzo małe znaczenie) do 5 (bardzo duże znaczenie). Wyniki wskazują, że zdaniem eksporterów i nieeksporterów największe znaczenie ma cena. Według obu grup czynnikiem umożliwiającym uzyskanie wysokiej konkurencyjności jest również jakość. Nieeksporterzy uważają również, że istotnym czynnikiem zwiększającym atrakcyjność wyrobów na rynkach zagranicznych są posiadane certyfikaty i atesty, dla eksporterów większe znaczenie ma innowacyjność produktów. Na czwartym miejscu wśród przedsiębiorców eksportujących są podpisane długoterminowe umowy z odbiorcami, a dla nieeksportujących działania reklamowe ukierunkowane na docelowe rynki.

Tabela 12. Ocena znaczenia czynników umożliwiających uzyskanie wysokiej konkurencyjności wyrobów przedsiębiorstwa na rynkach zagranicznych

	Eksporterzy	Nieeksporterzy	Ogółem
Cena	4,16	4,09	4,12
Jakość	4,05	4,00	4,02
Innowacyjność produktów	3,99	3,96	3,97
Posiadane certyfikaty i atesty	3,88	3,98	3,94
Działania reklamowe ukierunkowane na docelowe rynki	3,89	3,95	3,93
Podpisane długoterminowe umowy z odbiorcami	3,97	3,87	3,91
Nagrody i wyróżnienia	3,86	3,89	3,88
Pro - środowiskowe rozwiązania	3,87	3,87	3,87

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

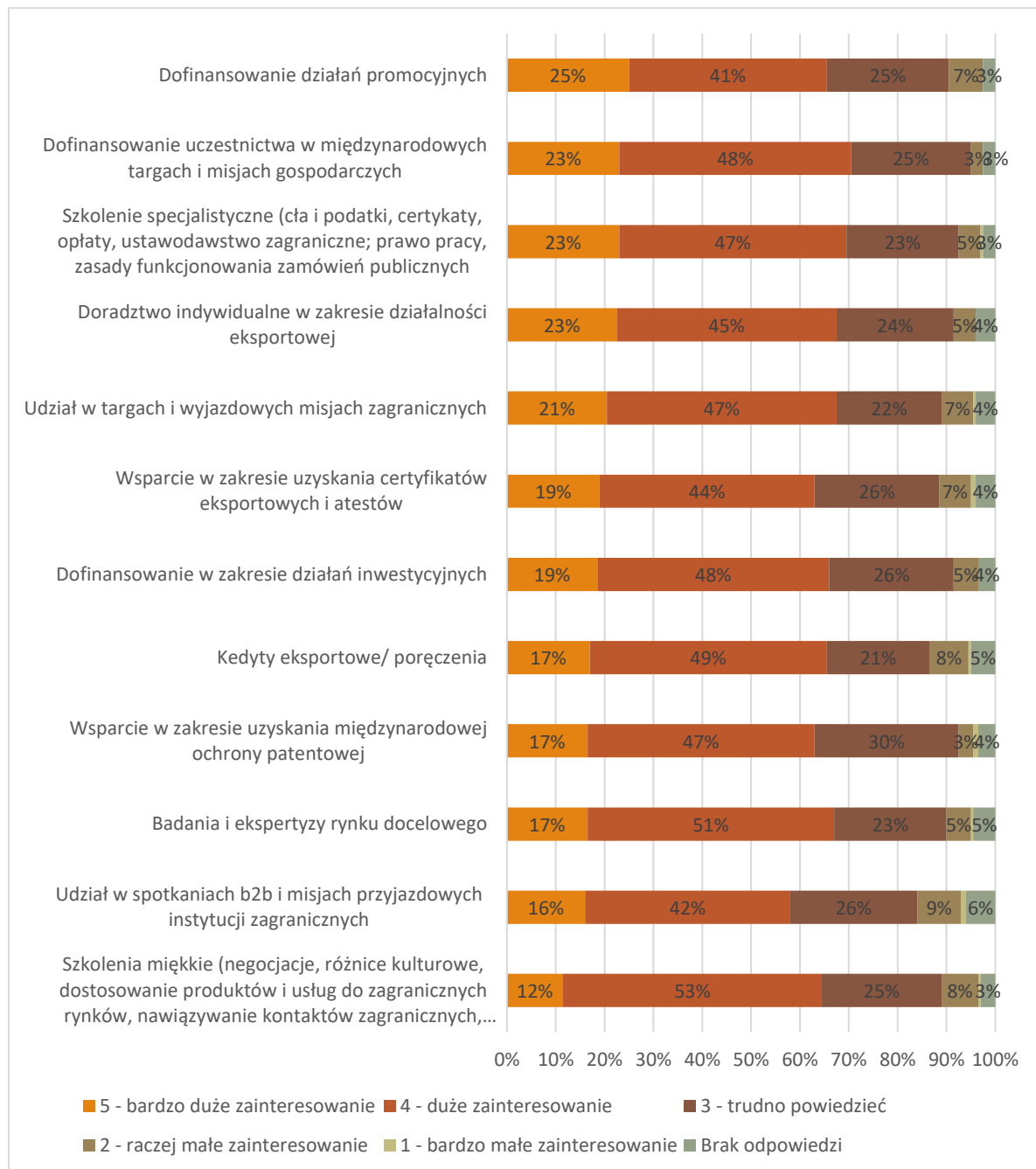
Podobnie w badaniach IDI (wywiady pogłębione) najczęściej wymienianymi przewagami konkurencyjnymi były jakość oferowanych produktów i usług oraz ich dobry stosunek jakości do ceny.

Badanych poproszono również o ocenę stopnia spełnienia przez nich poszczególnych warunków sprzyjających prowadzeniu działalności eksportowej (gdzie wartość 1 oznaczała brak spełnienia, a wartość 5 pełne spełnienie). 7 z 11 ocenianych aspektów osiągnęło wartość powyżej 3,00, czyli średnie spełnienie. Trzeba jednak zaznaczyć, że firmy prowadzące już działalność eksportową lepiej oceniły stopień spełnienia przez nich poszczególnych warunków sprzyjających osiągnięciu sukcesu na rynkach zagranicznych. Zarówno wśród eksporterów jak i nie eksporterów najwyższy stopień spełnienia uzyskały odpowiedzi dotyczące spełnienia przez oferowane produkty wymogów w zakresie: posiadania certyfikatów i atestów warunkujących rozpoczęcie sprzedaży dla zidentyfikowanych rynków zagranicznych oraz gotowości kadry zarządzającej do podjęcia wyzwań i ryzyk związanych z prowadzeniem działalności eksportowej. Dodatkowo nie eksporterzy podobnie jak powyższe aspekty oceniają swoją zdolność finansową do adaptacji produktu do uwarunkowań rynku docelowego.

10. EFEKTYWNE FORMY WSPARCIA EKSPORTU

Preferencje badanych w zakresie instrumentów wsparcia działalności eksportowej w sektorze metalowo-odlewniczym pokazują, że są oni najbardziej zainteresowani pomocą w pozyskaniu kompetencji twardych i specjalistycznych oraz wsparciem w zakresie pozyskania środków na promocję i nawiązywanie kontaktów zagranicznych na targach czy wystawach.

Wykres 61. Instrumenty wsparcia eksportu, którymi byłoby w przyszłości zainteresowani w przyszłości



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania CATI

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Według przedsiębiorców uczestniczących w badaniach jakościowych najbardziej pożądanymi i przydatnymi z punktu widzenia badanych przedsiębiorców instrumentami wsparcia jest dofinansowanie działalności eksportowej, współfinansowanie udziału w szkoleniach, targach międzynarodowych oraz misjach gospodarczych. Badani za przydatną uznali także możliwość udziału w szkoleniach językowych. Najbardziej problematyczne są dla nich skomplikowane procedury oraz istniejące bariery formalne, administracyjne i organizacyjne. W badaniach fokusowych wskazywano poza tym na dostęp do informacji o rynkach zagranicznych - spotkania informacyjne dotyczące możliwości eksportowych oraz wsparcie w nawiązywaniu współpracy z wyspecjalizowanymi firmami handlowymi.

11. STUDIUM PRZYPADKU FIRM UZYSKUJĄCYCH SUKCES NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH

11.1 FABRYKA KOTŁÓW „SEFAKO” SPÓŁKA AKCYJNA

Nazwa firmy	Fabryka Kotłów „SEFAKO” Spółka Akcyjna
Rok założenia	1974
Lokalizacja	Sędziszów
Strona internetowa	www.sefako.com.pl
Wielkość zatrudnienia	960

PROFIL DZIAŁALNOŚĆ

Fabryka Kotłów SEFAKO S.A. jest jednym z największych producentów kotłów energetycznych w Polsce. W swojej ponad 40 – letniej historii działalności wyprodukowała ponad 8 tysięcy kotłów oraz tysiące ton części ciśnieniowych. Grupą docelową firmy są zakłady przemysłu ogrodniczego, energetyki zawodowej, przetwórstwa owocowo- warzywnego, mleczarnie, browary, szpitale i inne obiekty użyteczności publicznej. Zatrudnionych jest w niej obecnie 960 osób.

Profil produkcji spółki jest unikatowy - w Europie jest niewiele zakładów o podobnej specyfice. Firma SEFAKO dba o utrzymywanie swojego dobrego wizerunku, wychodzi z nowymi propozycjami dla klienta. W ostatnich latach wdrożone zostały nowe rozwiązania techniczne - między innymi rozpoczęto stosowanie innowacyjnych powłok ochronnych metodą napawania na elementach kotłów energetycznych. Ich oferta rozszerzona została o dokumentację warsztatową dla klienta, a także montaż i serwis w zakresie dostarczanych elementów.

AKTYWNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

Firma SEFAKO świadczy swoje usługi przede wszystkim na rodzimym rynku oraz dla największych firm z branży energetycznej na rynku europejskim. Znalazła swoich klientów w takich krajach jak: Wielka Brytania, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Niemcy, Szwecja, Rosja oraz Włochy. Firma posiada również klientów w bardziej odległych miejscach, wśród których można wymienić m.in. Stany Zjednoczone, Koreę, Rosję i Japonię.

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

CZYNNIKI SUKCESU NA RYNKACH MIĘDZYNARODOWYCH

- Niewielka konkurencja na rynku europejskim
- Specjalizacja firmy – oferta firmy obejmuje instalacje do zakładów termicznego przekształcania odpadów oraz bloków energetycznych wykorzystujących biomasę
- Posiadane certyfikaty – system zarządzania jakością, system zarządzania środowiskowego
- Nowoczesny sprzęt kontrolno-pomiarowy
- Wysoko wyspecjalizowany personel badawczy, kwalifikowany i certyfikowany zgodnie z normą PN-EN ISO 9712 oraz ASNT SNT-TC-1A (firma posiada własny ośrodek szkolenia spawaczy)
- Wdrażanie innowacji, które zapewniane jest poprzez powołane w firmie zespoły badawcze
- Reklamy w czasopismach branżowych
- Udział w targach
- Wizyty zagranicznych klientów w firmie
- Wyjazdy zagraniczne do klientów w celu nawiązania współpracy
- Czynny udział przedstawicieli zarządu na spotkaniach, sympozjach
- Dostosowywanie się do oczekiwań klienta – dostarczanie produktu terminowo, o dobrej jakości oraz dopasowanego do potrzeb klienta
- Firma jest znana na rynku w wyniku wieloletniego tworzenia sieci kontaktów – opiera swoją działalność na zaufaniu stałych klientów, jednocześnie oferując przedsiębiorcom dotychczas nie korzystającym z ich usług swoje produkty
- W wyniku współpracy inżynierów SEFAKO z klientami oraz z jednostkami naukowymi tj. Politechniką Świętokrzyską, Wrocławską, Krakowską oraz Akademią Górniczo-Hutniczą wdrażane są nowe technologie

REKOMENDACJE DLA FIRM PLANUJĄCYCH ROZSZERZYĆ SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ NA RYNKI ZAGRANICZNE

W wyniku przeprowadzonej rozmowy z przedstawicielem spółki, zebrane zostały rekomendacje dla firm planujących rozszerzyć swoją działalność na rynki zagraniczne. Planując takie przedsięwzięcie należy przede wszystkim pamiętać o oczekiwaniach klienta. Przy wykonywaniu zlecenia powinien być stawiany nacisk na dostarczenie klientowi zamawianego produktu terminowo i zapewnieniu jego dobrej jakości. Zwrócona została uwaga na początkowe trudności w skutecznym pozyskiwaniu klientów – w takim przypadku wskazane jest prowadzić z klientem dalsze negocjacje, z perspektywą nawiązania współpracy w przyszłości. Jako najbardziej efektywne kanały promocji zidentyfikowano reklamy w czasopismach branżowych oraz udział w targach i spotkaniach. W takich wydarzeniach szczególne znaczenie ma aktywny udział przedstawicieli zarządu m.in. wygłaszanie mów na sympozjach. Dla podtrzymywania współpracy międzynarodowej równie istotne są wizyty zagranicznych klientów w firmie oraz wyjazdy zagraniczne w celu nawiązania współpracy z nowymi klientami. Należy zwrócić także uwagę na bariery eksportu występujące w branży – na zagranicznych rynkach np. amerykańskim występują specyficzne wymagania i rodzaje materiałów, które nie są znane w Polsce, a pracownikom firmy brakuje doświadczenia w obróbce dotychczas niestosowanych surowców.

11.2 G PLUS PARTNERS

Nazwa firmy	G-Plus Partners Sp. z o.o.
Rok założenia	2000
Lokalizacja	Starachowice
Strona internetowa	www.gplus.pl
Wielkość zatrudnienia	45

PROFIL DZIAŁALNOŚCI

G-Plus Partners zajmuje się obróbką stali, tworzyw sztucznych, aluminium i odlewów żeliwnych na maszynach CMC. Produkcja na obrabiarkach sterowanych numerycznie realizowana jest na podstawie dokumentacji klienta. Jest to firma wykonawcza, która nie posiada w swojej ofercie własnych produktów – wszystkie wykonywane produkty są wytwarzane według szczegółowych wytycznych określanych przez zamawiającego. Firma przez okres 20 lat obecności na rynku cały czas konsekwentnie od początku działalności zajmuje się tym samym. Do czynności podejmowanych przez przedsiębiorstwo w celu rozwijania swoich możliwości należy zakup maszyn. Firma zatrudnia obecnie około 45 osób.

AKTYWNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

Swoich klientów G-Plus Partners znajduje przede wszystkim wśród firm z krajów Unii Europejskiej. Eksportują produkty na zamówienie do Szwajcarii, Niemiec, Francji, Bułgarii oraz Holandii. Również lokalne firmy na polskim rynku korzystają z usług G-Plus Partners.

CZYNNIKI SUKCESU NA RYNKACH MIĘDZYNARODOWYCH

- Kwalifikacje pracowników – przede wszystkim ich znajomość języków obcych
- Gotowość realizacji zadań zgodnie z szczegółowymi wymaganiami klienta
- Posiadanie maszyn, umożliwiające stosowanie innowacyjnych rozwiązań
- Posiadanie strony internetowej, pozwalającej na zgłaszanie się nowych klientów
- Wyjazdy zagraniczne do klientów
- Preferencyjne warunki prowadzenia działalności gospodarczej, dzięki położeniu w Specjalnej Strefie Ekonomicznej

Firma G-Plus Partners nie korzystała dotychczas z instrumentów wsparcia eksportu. Do oczekiwanych metod wsparcia należy traktowanie przedsiębiorstwa na preferencyjnych warunkach, tak, by konieczne prace administracyjne związane z prowadzenia działalności gospodarczej, nie stanowiły utrudnienia.

REKOMENDACJE DLA FIRM PLANUJĄCYCH ROZSZERZYĆ SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ NA RYNKI ZAGRANICZNE

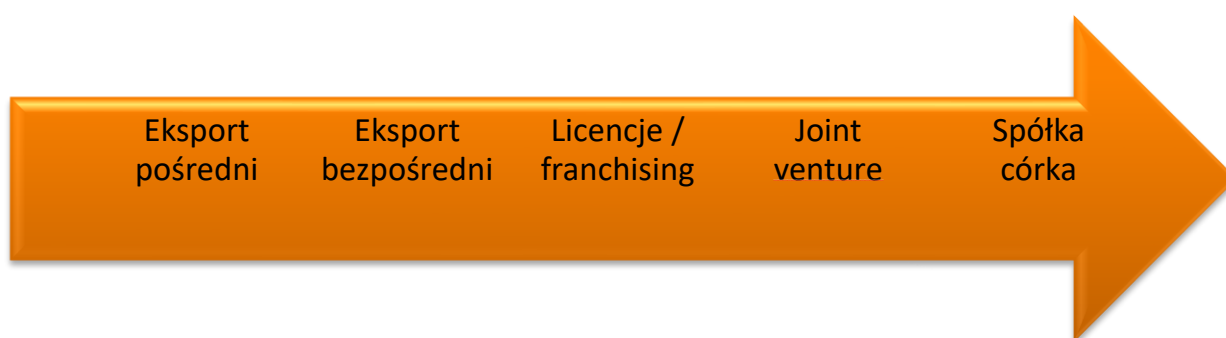
W wyniku przeprowadzonej rozmowy z przedstawicielem spółki, zebrane zostały rekomendacje dla firm planujących rozszerzyć swoją działalność na rynki zagraniczne. Według spostrzeżeń przedstawiciela firmy kraje Unii Europejskiej posiadają łatwiejsze warunki do prowadzenia działalności eksportowej. Wskazywano, że nawet przy obecnym niewielkim poziomie promocji, znajomość firmy wśród przedsiębiorców zagranicznych w wyniku jej długoletniej obecności na rynku, pozwala na trafiać do nich nowych klientów. Prowadzenie kampanii promocyjnej ma zatem niewielkie znaczenie w porównaniu z rekomendacjami wystawianymi przez dotychczasowych klientów. Zwrócono uwagę na znaczenie znajomości języków obcych przez pracowników dla firm zamierzających nawiązywać współpracę zagraniczną. Dobra znajomości szczególnie języka angielskiego i niemieckiego - sprawne posługiwanie się językiem w mowie i w piśmie są środkiem, który może pomóc w realizacji takiego przedsięwzięcia. Ważna jest też znajomość prawa handlowego oraz prawa celnego.

Wśród problemów jakie mogą wystąpić przy próbach wejścia na rynki zagraniczne wymieniono barierę eksportową. Zwrócono uwagę również na drożący transport, który powoduje zmniejszenie opłacalności wykonywania zleceń dla firm zagranicznych.

12. NAJBARDZIEJ EFEKTYWNE FORMY WEJŚCIA NA WYBRANE RYNKI ZAGRANICZNE

W literaturze przedmiotu wskazuje się szereg metod pozwalających na efektywne wejście na rynki eksportowe. Formy wejścia na rynek zazwyczaj przedstawia się w zależności od stopnia skomplikowania ale i generowanych efektów w postaci wzrostu przychodów i marż. Hierarchię form internacjonalizacji działalności prezentuje rysunek poniżej.

Rysunek 8. Metody wejścia na rynki zagraniczne



Źródło: Strategie wejścia na rynki zagraniczne, A.M. Zarzycka

Eksport pośredni to sprzedaż zagraniczna realizowana za pośrednictwem innych przedsiębiorstw (np. central handlu zagranicznego). Eksport pośredni jest niekorzystny finansowo dla przedsiębiorstwa producenta i pozwala na zdobycie doświadczenia na rynkach zagranicznych stąd uważany jest zazwyczaj za formę przejściową dedykowaną mikroprzedsiębiorcom lub firmom nowym na rynku.

Eksport bezpośredni wiąże się z samodzielną realizacją dostaw zagranicznych oraz koniecznością stworzenia własnej komórki ds. eksportu w przedsiębiorstwie. Eksport bezpośredni umożliwia budowę kompetencji związanych z realizacją transakcji międzynarodowych i zapewnia wysoki poziom marż dla przedsiębiorstwa eksportującego. Koszty działania w tej formule są zdecydowanie wyższe niż w przypadku eksportu pośredniego jednak niższe niż przy wyborze innych form.

Licencje/franchising - udostępnianie kontrahentowi zagranicznemu „wartości niematerialnych i prawnych”, przeniesienie na kontrahentów zagranicą wiedzy i technologii. Jest rozwiązaniem specyficznym stosowanym zazwyczaj w branżach usługowych (hotele, restauracje). Ogranicza ryzyko działalności zagranicznej, zapewniając rozsądny poziom rentowności dla eksportera. Dochody płynące z licencji są zazwyczaj niskie w stosunku do innych form obecności na rynku.

Joint venture – wspólne przedsięwzięcie z podmiotem lokalnym pozwalające na stabilne funkcjonowanie na danym rynku zagranicznym. Formuła ta jest najczęściej wykorzystywana w przypadku rynków o dużym ryzyku i specyfice działania lub wynika wprost z regulacji prawnych wymagających zaangażowanie partnera lokalnego w przedsięwzięciu. W tej formie kluczowe jest jasne i precyzyjne sprecyzowanie celu przedsięwzięcia. Joint venture oznacza bardzo wysokie koszty wejścia

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

na rynek (inwestycje początkowe) jednak pozwala na stosunkowo łatwe pozyskanie udziału w rynku i dostępu do lokalnych zasobów.

Spółka córka - oddział, samodzielna spółka o osobowości prawnej, przejęcie miejscowej firmy np. w drodze prywatyzacji w celu prowadzenia niezależnej działalności na danym rynku. Gwarantuje potencjalnie najwyższy poziom rentowności i pełną kontrolę działalności eksportowej jednak wiąże się z najwyższymi kosztami i ryzykiem ze wszystkich form internacjonalizacji działalności.

Przedsiębiorcy, którzy prowadzą obecnie działalność lub planują rozwijanie działalności na rynkach zagranicznych, powinni przede wszystkim zadbać o pełną informację na temat wymogów prawnych, jakie muszą spełnić. Taka wiedza jest kluczowa. Polskie firmy powinny upewnić się również, że kontrakty, które podpisują z kontrahentami zagranicznymi właściwie zabezpieczają ich interesy. Warto również rozważyć dodatkowe ubezpieczenie na okoliczność przedłużania się płatności lub niezapłaconych faktur.

W branży przemysłu metalowo – odlewniczego w przypadku wskazanych do ekspansji zagranicznej rynków europejskich rekomendowanymi metodami rozpoczęcia działalności eksportowej są:

- Eksport bezpośredni
- Spółka córka

Eksport bezpośredni jest najlepszym rozwiązaniem w przypadku małej skali działalności. W przypadku przedsiębiorstw o dużej skali działania na danym rynku należy przemyśleć możliwość powołania spółki córki do prowadzenia działalności eksportowej.

13. WNIOSKI I REKOMENDACJE

Branża metalowo-odlewnicza stanowi ważny segment gospodarki województwa świętokrzyskiego. Działalność eksportowa tej branży generuje rocznie około 2 000 milionów złotych przychodów, a wartość eksportu rosła w ostatnich latach w tempie 25% rocznie. Działalność eksportową według badań CATI, przeprowadzonych na potrzeby niniejszego projektu prowadzi 37% przedsiębiorców z branży metalowo-odlewniczej w województwie świętokrzyskim. Udział branży metalowo-odlewniczej w eksporcie odpowiada znaczeniu regionu w Polsce i wynosi 2,1%.

Analiza wyników badań oraz danych statystycznych pozwoliła na identyfikację krajów o największym potencjale rozwoju eksportu dla branży:

Niemcy

Holandia

Czechy

Belgia

Przy wyborze krajów kierowano się zarówno obecnym poziomem eksportu jak i zainteresowaniem przedsiębiorców wyrażonym w trakcie badań przeprowadzonych na potrzeby niniejszego projektu oraz dynamiką wzrostu sprzedaży produktów rolnych na poszczególnych rynkach zagranicznych.

Na podstawie przeprowadzonych analiz statystycznych wybranych krajów i rynków dla produktów branży, analiz 5 Sił Portera oraz SWOT określona jako wiodące rynki Niemcy i Holandię. Dla tych rynków wskazano agresywną strategię internacjonalizacji jako optymalny model działania. W przypadku Czech i Belgii strategia rozwoju eksportu powinna uwzględniać ryzyka i specyfikę krajów i powinna być bardziej ostrożna.

Niemcy +

Holandia+

Czechy

Belgia

Pozytywna ocena rynku niemieckiego wynika przede wszystkim z wielkości i perspektyw rynku - rynek niemiecki jest oceniany jako największy i najbardziej chłonny w Europie. Rynek charakteryzuje się również wysokimi cenami i atrakcyjnością dla polskich przedsiębiorstw. Niemcy zajmują czołowe miejsce w strukturze eksportu branży metalowo-odlewniczej w województwie świętokrzyskim utrzymując ponad 25% udział w eksporcie branży ogółem.

Atrakcyjność Holandii jako rynku eksportowego determinują wysokie ceny i wysoka konkurencyjność polskich przedsiębiorstw w stosunku do podmiotów holenderskich działających na rynku oraz możliwości do uzyskania poziom marż.

Przedsiębiorcy z branży nie dostrzegają żadnych znacznych ograniczeń w rozwoju eksportu. Za największą niedogodność przedsiębiorcy branży przemysłu metalowo – odlewniczego uznali wysoki koszt dostosowania do wymogów rynków zagranicznych (np. certyfikaty, licencje) (48% ankietowanych w badaniu CATI). W badaniach jakościowych jako kluczową barierę rozwoju eksportu wskazywano z kolei niską płynność przedsiębiorstw i słabą dostępność kredytów obrotowych niezbędnych do zwiększenia poziomu produkcji i długich terminów płatności w przypadku sprzedaży zagranicą.

Metodami realizacji działalności eksportowej najlepiej dostosowanymi do wybranych rynków i specyfiki branży są:

- Eksport bezpośredni
- Spółka córka

Eksport bezpośredni jest najlepszym rozwiązaniem w przypadku niewielkiej skali działania. Dla przedsiębiorstw o dużej skali działania na danym rynku należy przemyśleć możliwość powołania spółki córki do prowadzenia działalności eksportowej.

W opinii respondentów władze na poziomie regionalnym powinny podjąć przede wszystkim działania w trzech poniżej wymienionych obszarach tematycznych:

Organizacja szkoleń
dla przedsiębiorców

Udzielanie wsparcia
finansowego

Doradztwo przy
rozpoczynaniu
działalności
eksportowej

Według przedsiębiorców uczestniczących w badaniach fokusowych i wywiadach pogłębionych najbardziej pożądanymi i przydatnymi instrumentami wsparcia są dofinansowanie działalności eksportowej, współfinansowanie udziału w szkoleniach, targach międzynarodowych oraz misjach gospodarczych. Badani za przydatną uznali także możliwość udziału w szkoleniach językowych.

Podobne odpowiedzi uzyskano pytając o możliwość podjęcia działań przez władze lokalne. Najczęściej przedsiębiorcy wskazywali na potrzebę **organizowania dedykowanych im szkoleń**, w tym pomoc w szkoleniu pracowników. Dla badanych istotne jest uzyskanie **wsparcia finansowego** oraz **możliwość skorzystania z doradztwa** dotyczącego prowadzenia działalności eksportowej. Przedsiębiorcy oczekują również wprowadzenia możliwości uzyskania dofinansowania do realizacji działań promocyjnych a także zmniejszenia biurokracji, która utrudnia im prowadzenie działalności eksportowej.

Analizując proponowane działania, które mogłyby podjąć, zdaniem przedsiębiorców, instytucje uczestniczące i wspierające w handlu zagranicznym (np. izby celne, przewoźnicy, spedytory) zauważono zwiększone zapotrzebowanie na **organizację kursów i szkoleń** w zakresie handlu zagranicznego oraz prowadzenia doradztwa indywidualnego w zakresie podejmowanej działalności eksportowej. Respondenci oczekują również pomocy w zakresie organizacji transportu oraz zwiększenia współpracy pomiędzy nimi i wskazanymi instytucjami.

Natomiast w odniesieniu do działań, które mogą podjąć instytucje otoczenia biznesu badani najczęściej wskazywali **oferowanie różnorodnych szkoleń** doradczych, specjalistycznych, rozwojowych w dziedzinie eksportu, które mogłyby przyczynić się do rozwoju firmy za granicą. Często pojawiającą się odpowiedzią była również możliwość skorzystania przez przedsiębiorców z wyników **badania i ekspertyz dotyczących rynków zagranicznych**. Zgłoszono również zapotrzebowanie na wsparcie w zakresie **pozyskania baz potencjalnych zagranicznych klientów** oraz możliwość **pozyskania dofinansowania do uczestnictwa w międzynarodowych targach**.

W opinii respondentów działania w zakresie wsparcia oferowane przez instytucje finansowe powinny koncentrować się na oferowaniu **niskooprocentowanych pożyczek i kredytów odnawialnych, eksportowych** oraz **organizacji szkoleń dotyczących pozyskiwania funduszy**. Zwrócono również uwagę na potrzebę wprowadzenia mechanizmów pozwalających na wsparcie udziału w targach i wyjazdowych spotkaniach biznesowych za granicą.

Najważniejszymi działaniami związanymi z horyzontalną IS regionu „technologie informacyjno-komunikacyjne”, które mogłyby pomóc w rozwijaniu działalności eksportowej w odczuciu respondentów są **szkolenia i inne działania edukacyjne zakresie nowych technologii**. W badaniu wskazywano również na konieczność rozszerzania sieci współpracy i włączania w nie różnych podmiotów.

W zakresie IS „branża targowo-kongresowa” pomocne, w odczuciu respondentów, byłyby działania związane ze **wspieraniem udziału w targach i kongresach** – zarówno w zakresie organizacyjnym jak i finansowym. Wskazywano również na postulat możliwości uczestnictwa w szkoleniach.

Podobnie, jeśli chodzi o inicjatywy związane z IS „zrównoważony rozwój energetyczny” wspierające działalność zagraniczną przedsiębiorstw działających w sektorze zrównoważonego budownictwa, respondenci wskazywali na konieczność **edukacji i stworzenia przestrzeni do wymiany wiedzy i doświadczeń** pomiędzy różnymi podmiotami.