



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Analiza ekonomiczna potencjału gospodarczego Polski Wschodniej

Raport wykonany na zlecenie
Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych S.A.

Zespół autorski:
dr Bohdan Wyżnikiewicz
Jacek Fundowicz
Monika Janicz
Krzysztof Łapiński
Marcin Peterlik
Paweł Umiński

Warszawa

Luty 2010

Spis treści

1. Analiza sektorowa Polski Wschodniej z uwzględnieniem obecnej sytuacji gospodar- czej na świecie	4
1.1 Udział Polski Wschodniej w gospodarce krajowej	4
1.2 Struktura gospodarki Polski Wschodniej	5
1.3 Struktura przemysłu w Polsce Wschodniej	7
1.4 Rynek pracy	9
1.5 Wpływ kryzysu na gospodarkę Polski Wschodniej	11
Przemysł spożywczy	12
Produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych	13
Produkcja wyrobów z metali	14
Produkcja drewna i wyrobów z drewna	15
Produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych	16
1.6 Poziom rozwoju województw Polski Wschodniej na tle kraju i Unii Europejskiej – stan obecny i tendencje	18
2. Potencjał gospodarczy Polski Wschodniej w zakresie przyciągania inwestycji zagra- nicznych	21
2.1 Ogólna diagnoza sytuacji w kraju	21
2.2 Najwięksi inwestorzy w Polsce Wschodniej	22
2.3 Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce Wsch.	23
2.4 Atrakcyjność inwestycyjna województw Polski Wschodniej	26
2.5 Mocne strony województw Polski Wschodniej w procesie przyciągania inwestorów zagranicznych	28
2.6 Priorytetowe rynki zagraniczne w procesie przyciągania inwestycji do Polski Wschodniej	32
2.7 Priorytetowe sektory w procesie przyciągania inwestycji zagranicznych do Polski Wschodniej	34
2.8 Sposoby pozyskiwania inwestorów na tle doświadczeń zagranicznych	36
3. Potencjał eksportowy Polski Wschodniej	43
3.1 Diagnoza sytuacji Polski Wschodniej na tle całego kraju	43
3.2 Struktura eksportu Polski Wschodniej według województw	44
3.3 Struktura geograficzna eksportu Polski Wschodniej	45
3.4 Struktura towarowa eksportu Polski Wschodniej	47
3.5 Główne produkty eksportowe i główni eksporterzy Polski Wschodniej	49
3.6 Priorytetowe sektory dla promocji eksportu Polski Wschodniej	52
3.7 Priorytetowe rynki dla promocji eksportu Polski Wschodniej	55
3.8 Bariery dla rozwoju eksportu Polski Wschodniej	59
3.9 Wybrane instrumenty wsparcia eksportu	62
Załącznik 1 Tabele Z1-Z7	64
Załącznik 2 Lista targów i wystaw dla eksporterów	71

1. Analiza sektorowa Polski Wschodniej z uwzględnieniem obecnej sytuacji gospodarczej na świecie

Przedmiotem analizy w niniejszym rozdziale jest struktura gospodarki Polski Wschodniej, zdefiniowanej jako pięć województw: warmińsko-mazurskie, podlaskie, lubelskie, świętokrzyskie i podkarpackie. Analiza strukturalna na poziomie całej gospodarki została przeprowadzona łącznie dla całego tego obszaru, a analiza struktury przemysłu także w rozbiciu na każde z pięciu województw. Ocenie poddany został także wpływ kryzysu w gospodarce światowej i związanego z nim spowolnienia rozwoju polskiej gospodarki na gospodarkę Polski Wschodniej. Ocena ta dokonana została poprzez określenie stopnia wrażliwości sektorów dominujących w Polsce Wschodniej na kryzys gospodarczy. W ostatnim podrozdziale zaprezentowano, jak przedstawia się poziom rozwoju województw Polski Wschodniej na tle całego kraju i w skali Unii Europejskiej.

1.1 Udział Polski Wschodniej w gospodarce krajowej

Najprostszym, a jednocześnie najlepszym miernikiem udziału Polski Wschodniej w gospodarce krajowej jest wkład w tworzenie wartości dodanej brutto. Zmiany regionalnego rozkładu tworzenia wartości dodanej są z roku na rok niewielkie – ewentualne zmiany strukturalne należy więc analizować z perspektywy co najmniej kilkuletniej.

Tabela 1.1 Wartość dodana w Polsce ogółem i Polsce Wschodniej w latach 1999 - 2006

	Polska (w mln zł)	Polska Wschodnia (w mln zł)	Udział Polski Wschodniej (w proc.)
1999	586 555	93 864	16,0
2000	662 224	104 713	15,8
2001	695 255	110 140	15,8
2002	715 072	113 137	15,8
2003	744 357	118 601	15,9
2004	821 665	128 693	15,7
2005	866 329	133 535	15,4
2006	931 179	142 508	15,3

Źródło: GUS, obliczenia własne

W roku 1999, łączny udział pięciu województw zdefiniowanych jako Polska Wschodnia w tworzeniu wartości dodanej ogółem wynosił 16 procent. W latach kolejnych zmniejszał się nieznacznie, aby w roku 2004 dojść do poziomu 15,7 procenta. W roku 2005 miał miejsce istotny spadek udziału Polski Wschodniej w tworzeniu wartości dodanej do poziomu 15,4 procenta, a w roku 2006 udział ten zmniejszył się o kolejne 0,1 punktu procentowego. Oznacza to, że województwa Polski Wschodniej w latach 1999 – 2006 rozwijały się wolniej niż cała Polska oraz, że w tym czasie pogłębiał się dystans rozwojowy pomiędzy województwami Polski Wschodniej a pozostałymi województwami. Tym samym znaczenie wkładu Polski Wschodniej we wzrost gospodarczy w Polsce nieznacznie się zmniejszyło.

Interesująca jest także analiza zmian udziału poszczególnych województw Polski Wschodniej w tworzeniu wartości dodanej. Okazuje się, że w latach 1999 – 2006 trzy z pięciu województw Polski Wschodniej zmniejszyły swój wkład w tworzenie krajowej wartości dodanej – udziały lubelskiego, podkarpackiego i warmińsko-mazurskiego zmniejszyły się o 0,2 punktu procentowego, natomiast udziały podlaskiego i świętokrzyskiego pozostały na tym samym poziomie. Warto zauważyć, że województwa, które utrzymały swój udział w wartości dodanej to województwa, których udział jest najmniejszy. Na województwo podlaskie przypada bo-

wiem 2,3 procenta krajowej wartości dodanej, a na świętokrzyskie 2,6 procenta. Spadek udziału województw o największym znaczeniu dla gospodarki Polski Wschodniej uznać należy za zjawisko negatywne.

Tabela 1.2 Udział województw Polski Wschodniej w tworzeniu wartości dodanej w polskiej gospodarce w latach 1999 – 2006 (w proc.)

	Lubelskie	Podkarpackie	Podlaskie	Świętokrzyskie	Warmińsko-mazurskie
1999	4,1	4,0	2,3	2,6	3,0
2000	4,0	3,8	2,4	2,6	2,9
2001	4,1	3,9	2,5	2,6	2,8
2002	4,1	3,9	2,4	2,6	2,9
2003	4,1	3,9	2,4	2,6	2,9
2004	4,0	3,8	2,4	2,6	2,9
2005	3,9	3,8	2,3	2,5	2,9
2006	3,9	3,8	2,3	2,6	2,8

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

1.2 Struktura gospodarki Polski Wschodniej

W latach 1999 – 2006, w gospodarce Polski Wschodniej, podobnie jak w całej gospodarce krajowej, miały miejsce zmiany strukturalne towarzyszące rozwojowi gospodarczemu. W województwach Polski Wschodniej można zauważyć w tym czasie kilka charakterystycznych zjawisk. Po pierwsze istotnie zmniejszyło się znacznie rolnictwa, którego udział w gospodarce regionu w roku 1999 wynosił 9 procent, w a roku 2006 już niecałe 7 procent. Nieznacznie zmniejszył się też udział budownictwa – z 7,1 do 6,0 procent. Na niezmiennym 22-procentowym poziomie utrzymał się udział przemysłu w gospodarce Polski Wschodniej, zwiększyła się natomiast wyraźnie rola usług, które podobnie jak w innych województwach dominują w gospodarce regionu (trzy ostatnie kolumny tabeli), których udział zwiększył się z niecałych 62 do 65 procent. Wśród działalności usługowych zwiększyło się przede wszystkim znaczenie pośrednictwa finansowego, obsługi nieruchomości i obsługi firm.

Tabela 1.3 Struktura gospodarki Polski Wschodniej w latach 1999 - 2006

	Rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo, rybactwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy, hotele i restauracje, transport, gospodarka magazynowa, łącznie	Pośrednictwo finansowe, obsługa nieruchomości i firm	Pozostała działalność usługowa
1999	9,0%	22,2%	7,1%	27,6%	11,9%	22,2%
2000	7,8%	21,5%	7,0%	28,2%	13,7%	21,8%
2001	7,8%	20,9%	6,7%	27,4%	13,8%	23,4%
2002	6,8%	20,2%	6,1%	28,3%	14,9%	23,7%
2003	6,9%	21,5%	5,6%	27,1%	15,0%	23,9%
2004	7,7%	22,6%	5,6%	26,6%	14,4%	23,0%
2005	7,1%	22,0%	5,8%	27,0%	14,8%	23,4%
2006	6,8%	22,1%	6,0%	27,4%	14,5%	23,1%

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

Rosnące znaczenie usług oraz malejąca rola rolnictwa w gospodarce Polski Wschodniej to zjawiska, które ocenić należy pozytywnie – świadczą one bowiem o unowocześnianiu się gospodarki wschodnich województw oraz są zgodne z tendencjami zachodzącymi w gospodarce światowej. Aby jednak w pełni ocenić tempo tych pozytywnych zmian w Polsce Wschodniej należy zestawić zmiany strukturalne w tym regionie ze zmianami jakie zachodziły w tym samym czasie w całej polskiej gospodarce oraz porównać strukturę gospodarki Polski Wschodniej ze strukturą ogólnopolską.

Tabela 1.4 Porównanie struktury gospodarki oraz zmian strukturalnych w Polsce ogółem i Polsce Wschodniej w latach 1999 – 2006

	Rolnictwo, łowiectwo i leśnictwo, rybactwo	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy, hotele i restauracje, transport, gospodarka magazynowa, łączność	Pośrednictwo finansowe, obsługa nieruchomości i firm	Pozostała działalność usługowa
Polska Wschodnia						
1999	9,0%	22,2%	7,1%	27,6%	11,9%	22,2%
2006	6,8%	22,1%	6,0%	27,4%	14,5%	23,1%
Zmiana	-2,2%	-0,1%	-1,1%	-0,2%	2,6%	0,9%
Polska						
1999	5,4%	23,9%	7,2%	28,7%	16,5%	18,3%
2006	4,3%	24,2%	5,9%	28,2%	18,6%	18,8%
Zmiana	-1,2%	0,4%	-1,3%	-0,5%	2,1%	0,5%
Różnice strukturalne między Polską Wschodnią a Polską w roku 2006						
Różnica	2,6%	-2,1%	0,1%	-0,8%	-4,0%	4,3%

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

Porównanie zmian strukturalnych w Polsce Wschodniej z tendencjami ogólnopolskimi w latach 1999 – 2006 wypada dla Polski Wschodniej korzystnie. Kierunki zmian strukturalnych w pięciu omawianych województwach są zgodne ze zjawiskami w całej gospodarce. Zarówno w Polsce Wschodniej jak i w całym kraju zmniejszyło się znaczenie rolnictwa – na Wschodzie udział tego sektora w tworzeniu wartości dodanej zmniejszył się bardziej, między innymi dlatego, że wyższy był jego udział początkowy. W podobnym stopniu jak w całej Polsce, w Polsce Wschodniej zmniejszył się udział budownictwa w tworzeniu wartości dodanej – w obu przypadkach spadek wyniósł nieco powyżej 1 punktu procentowego. W obu przypadkach wzrosła rola usług w gospodarce, przy czym w Polsce Wschodniej nieco bardziej. Widoczne to jest szczególnie w przypadku pośrednictwa finansowego, obsługi nieruchomości i firm (wzrost w Polsce Wschodniej o 2,6 punktu proc. wobec wzrostu w całej Polsce o 2,1 punktu proc.) oraz w przypadku pozostałej działalności usługowej (0,9 wobec 0,5 punktu proc.).

Nieco inaczej w latach 1999 – 2006 zmieniało się znaczenie przemysłu w Polsce Wschodniej i w gospodarce ogólnopolskiej. O ile bowiem na Wschodzie udział sektorów przemysłowych w tworzeniu wartości dodanej zmniejszył się w tym czasie o 0,1 punktu procentowego, to w skali ogólnopolskiej nastąpił wzrost tego udziału o 0,4 punktu procentowego.

Mimo, że kierunki zmian strukturalnych w latach 1999 – 2006 w Polsce Wschodniej były bardzo podobne do zmian w całej gospodarce (a czasem nawet korzystniejsze – np. szybszy

spadek udziału rolnictwa), to struktura gospodarki Polski wschodniej nadal kształtuje się nieco mniej korzystnie od struktury całej gospodarki. Powodem takiej oceny jest przede wszystkim wyraźnie wyższy udział rolnictwa w Polsce Wschodniej oraz niższy udział nowoczesnych usług rynkowych takich jak pośrednictwo finansowe, obsługa nieruchomości czy obsługa firm. Pamiętać jednak należy, że taki stan rzeczy jest pochodną uwarunkowań historycznych i środowiskowych (rolnictwo) oraz pochodną znacząco niższego od przeciętnego poziomu rozwoju gospodarczego Polski Wschodniej, który skutkuje niższym popytem na usługi finansowe i związane z obsługą przedsiębiorstw. Przyspieszenie rozwoju gospodarczego województw położonych na wschodzie Polski jest więc warunkiem niezbędnym do zaistnienia w ich gospodarce pożądaných zmian strukturalnych.

1.3 Struktura przemysłu w Polsce Wschodniej¹

Choć przemysł, uwzględniając udział w tworzeniu wartości dodanej, w roku 2006 stanowił tylko nieco ponad 22 procent gospodarki Polski Wschodniej, to z punktu widzenia inwestycji zagranicznych, przyciągania inwestorów i promocji regionu ma on znaczenie znacznie większe. Poziom rozwoju przemysłu i jego jakość jest też kluczowym czynnikiem wyznaczającym międzynarodową konkurencyjność regionów, ponieważ przedsiębiorstwa przemysłowe na znacznie większą skalę niż firmy usługowe zaangażowane są na rynkach zagranicznych.

Struktura sektorowa przemysłu w Polsce Wschodniej jest od pewnego czasu względnie stabilna. Zdecydowanie najważniejszym działem przemysłu w Polsce Wschodniej jest produkcja artykułów spożywczych i napojów, na którą w roku 2008 przypadało ponad 22 procent produkcji przemysłowej w regionie. Druga w tym zestawieniu produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych (materiały budowlane) miała udział wynoszący 8,4 procenta, a więc niemal trzykrotnie mniejszy. Trzecim przemysłem w Polsce Wschodniej jest produkcja wyrobów z metali z udziałem ponad 6-procentowym. Kolejne dwa działy przemysłu o kluczowym znaczeniu dla gospodarki regionu to produkcja drewna i wyrobów z drewna oraz produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych – w obu przypadkach udział wynosi nieco ponad 5 procent.

Tabela 1.5 Sektory przemysłowe o największym udziale w produkcji przemysłowej Polski Wschodniej oraz ich udział w produkcji ogólnopolskiej w roku 2008 (w proc.)

	Polska Wschodnia	Polska ogółem
Produkcja artykułów spożywczych i napojów	22,2	16,9
Produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych	8,4	4,4
Produkcja wyrobów z metali	6,4	5,8
Produkcja drewna i wyrobów z drewna	5,4	2,4
Produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych	5,3	4,9

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

Struktura przemysłu w Polsce Wschodniej znacząco różni się od ogólnopolskiej struktury przemysłu, chociaż w skali ogólnopolskiej przemysł spożywczy także ma największy udział w produkcji. Udział przemysłu spożywczego w produkcji krajowej jest jednak o ponad 5 punktów procentowych niższy niż w Polsce Wschodniej. Niższe są także ogólnopolskie udziały pozostałych czterech wymienionych sektorów. Oznacza to, że sektory te można uznać ze specjalności regionalne Polski Wschodniej. Dotyczy to szczególnie właśnie przemysłu spożywczego, przemysłu materiałów budowlanych (surowce niemetaliczne) oraz przemysłu

¹ Dane dotyczą przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 9 osób

drzewnego – w tych przypadkach różnice między znaczeniem dla przemysłu Polski Wschodniej a znaczeniem dla przemysłu krajowego są największe.

W skali całego krajowego przemysłu, obok wymienionego przemysłu spożywczego, największe znaczenie mają jeszcze: przemysł samochodowy (9,8 proc. udziału w produkcji przemysłowej), przemysł naftowy (6,9 proc.), produkcja wyrobów z metali (5,8 proc.) oraz przemysł chemiczny (5,5 proc.). Sektory te, poza produkcją wyrobów z metali, mają dla gospodarki Polski Wschodniej mniejsze znaczenie.

Analizując strukturę przemysłu Polski Wschodniej nie można pominąć faktu, że region ten, który złożony jest z pięciu województw nie jest jednolity pod względem specjalizacji przemysłowej. W każdym z województw struktura przemysłu wygląda nieco inaczej, choć można znaleźć oczywiście także spore podobieństwa.

Tabela 1.6 Sektory przemysłowe o największym udziale w produkcji przemysłowej Polski Wschodniej w roku 2008 (w proc.)

	Polska Wschodnia	Lubelskie	Podkarpackie	Podlaskie	Świętokrzyskie	Warmińsko-mazurskie
Produkcja artykułów spożywczych i napojów	22,2	25,0	8,2	46,3	7,9	36,8
Produkcja wyrobów z poz. surowców niemetalicznych	8,4	3,6	4,6	2,2	26,2	3,9
Produkcja wyrobów z metali	6,4	3,7	7,4	2,3	10,0	7,0
Produkcja drewna i wyrobów z drewna	5,4	2,9	8,7	8,5	1,7	5,3
Produkcja wyr. gumowych i z tworzyw sztucznych	5,3	1,7	13,0	7,7	2,4	b.d.

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

W **województwie lubelskim**, tak jak w całym regionie dominuje przemysł spożywczy z udziałem wynoszącym 25 procent. Produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych, produkcja metali oraz produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych mają w województwie nieco mniejsze znaczenie niż w całej Polsce Wschodniej. Kolejne miejsca zajmują jednak sektory, które nie znalazły się w pierwszej piątce o największym znaczeniu w Polsce Wschodniej: przemysł meblarski (7,4 proc. udziału) oraz przemysł maszynowy (5,3 proc.). Stosunkowo duże znaczenie przemysłu meblarskiego w województwie związane jest z lokalizacją w Biłgoraju największego krajowego producenta mebli – firmy Black Red White. Duże znaczenie w regionie ma też przemysł chemiczny dzięki obecności Zakładów Azotowych Puławy S.A.

W **województwie podkarpackim** można zaobserwować wyraźnie mniejszy stopień koncentracji sektorowej w przemyśle niż w całym regionie Polski Wschodniej. Działalnością przemysłową o największym znaczeniu jest w tym przypadku produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych, na którą w roku 2008 przypadało 13 procent wojewódzkiej produkcji przemysłowej. Województwo zawdzięcza taką strukturę działalności w Dębicy jednej z dwóch największych krajowych firm oponiarskich. Podobne znaczenie dla podkarpackiego przemysłu ma produkcja pojazdów mechanicznych i ich części, na którą przypada udział prawie 11-procentowy. Następne w kolejności są już te same sektory co w całej Polsce Wschodniej, a

więc przemysł drzewny (8,7 proc.), przemysł spożywczy (8,2 proc.) oraz produkcja wyrobów z metali (7,4 proc.).

Przemysł **województwa podlaskiego** zdominowany jest przez produkcję artykułów spożywczych i napojów, na którą przypada prawie połowa produkcji w województwie. W podlaskim zlokalizowana jest przede wszystkim produkcja artykułów mleczarskich, która koncentruje się w dwóch dużych mleczarniach: Mlepol (Grajewo) i Mlekovita (Wysokie Mazowieckie). Siłą rzeczy, przy tak dużym udziale jednego sektora udziały pozostałych nie mogą być znaczące. Wyróżnić można jeszcze jedynie przemysł drzewny (8,5 proc.) oraz produkcję wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych (7,7 proc.). Wysoki udział przemysłu drzewnego jest w tym przypadku pochodną działalności na terenie województwa największej krajowej firmy przemysłu drzewnego Pfleiderer Grajewo. W województwie podlaskim dominują więc te same sektory przemysłowe co w całej Polsce Wschodniej, z tym że znaczenie przemysłu spożywczego jest w tym przypadku o wiele większe.

W **województwie świętokrzyskim** najważniejszym sektorem przemysłowym jest produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych, na która w roku 2008 przypadało ponad 26 procent produkcji ogółem. Na drugim miejscu znajduje się produkcja wyrobów z metali z udziałem 10-procentowym. Na przemysł spożywczy przypada niecałe 8 procent produkcji przemysłowej w województwie a na przemysł maszynowy nieco ponad 5 procent. Znaczenie przemysłu drzewnego oraz gumowego i tworzyw sztucznych, które w całej Polsce Wschodniej są ważnymi sektorami, jest w województwie świętokrzyskim niewielkie.

W **województwie warmińsko-mazurskim**, podobnie jak w podlaskim, zdecydowanie dominuje przemysł spożywczy – przypada na niego prawie 37 procent produkcji przemysłowej. Największym lokalnym producentem żywności jest olsztyński Indykpol. Na drugim miejscu pod tym względem znajduje się przemysł meblarski (10 proc.), natomiast na trzecim produkcja wyrobów z metali (7,0 proc.). Kolejne miejsca zajmują działalności, które należą do dominujących w całym regionie Polski Wschodniej, a mianowicie produkcja wyrobów z drewna (5,3 proc.) oraz produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych (3,9 proc.). Duże znaczenie ma w województwie produkcja wyrobów gumowych, dzięki obecności firmy Michelin.

Oceniając strukturę przemysłu w Polsce Wschodniej oraz w pięciu województwach tworzących ten region, trzeba podkreślić, że dominują tu przemysły tradycyjne, a przemysły tzw. wysokich technologii mają niewielkie znaczenie. Chodzi tu oczywiście o produkty zaawansowane technologicznie, a nie o sposoby produkcji, ponieważ także w przemysłach tradycyjnych, takich jak spożywczy czy metalowy stosowane są obecnie nowoczesne rozwiązania produkcyjne i wykorzystywane najnowsze technologie. Duża część zakładów przemysłowych zlokalizowanych w Polsce Wschodniej wykorzystuje w produkcji zaawansowane technologie i nowoczesne rozwiązania, jednak przedsiębiorstwa te, ze względu na dobra jakie są w nich wytwarzane, należą do grupy gałęzi tradycyjnych. Niski udział przemysłów zaawansowanych technologii jest z pewnością słabą stroną gospodarki Polski Wschodniej, jednak problem ten, choć w różnej skali, dotyczy w zasadzie całej polskiej gospodarki i wszystkich regionów.

1.4 Rynek pracy²

W Polsce Wschodniej, w sektorze przedsiębiorstw, zatrudnionych było na koniec 2008 roku 767 tysięcy osób. Prawie połowa z nich – 415 tysięcy, pracowała w przemyśle. W handlu i naprawach pojazdów samochodowych pracowało 163 tysiące osób, co stanowiło ponad 20 procent ogółu. Liczba pracujących w budownictwie wynosiła w tym czasie ponad 70 tysięcy osób, co stanowiło około 9 procent ogółu, natomiast w transporcie i gospodarce magazynowej pracowało ponad 4 procent pracujących w województwie, czyli 32 tysiące osób.

² Dane dotyczą przedsiębiorstw zatrudniających powyżej 9 osób

Tabela 1.7 Liczba pracujących w sektorze przedsiębiorstw w Polsce Wschodniej (stan na koniec roku 2008)

	Ogółem	Przemysł	Budownictwo	Handel i naprawy pojazdów samochodowych	Transport i gospodarka magazynowa
Liczba pracujących (w tys.)	767,0	415,5	70,7	163,5	32,0
Udział (w proc.)	100,0	48,1	9,2	21,3	4,2

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych Wojewódzkich Urzędów Statystycznych

Struktura pracujących w przemyśle jest w dużej mierze odzwierciedleniem struktury produkcji przemysłowej. Największy udział w liczbie pracujących ma przemysł spożywczy, na który przypada prawie 17 procent ogółu pracujących w przemyśle. Na drugim miejscu pod tym względem znalazła się produkcja wyrobów z metali, na którą przypada niecałe 9 procent pracowników przemysłu, a na trzecim, z udziałem prawie 8-procentowym, znalazła się produkcja mebli i pozostała działalność produkcyjna. Piątkę największych pracodawców uzupełniają produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych oraz produkcja drewna i wyrobów z drewna – na każdy z tych działów przypada ponad 6 procent pracujących w przemyśle Polski Wschodniej.

Lista sektorów o największym udziale wśród pracujących niemal pokrywa się z listą sektorów o największym udziale w produkcji przemysłowej. Między oboma zestawieniami jest jedna różnica – w zestawieniu największych pracodawców nie znalazł się przemysł gumowy i tworzy sztucznych (piąty pod względem udziału w produkcji regionu), a na jego miejscu pojawił się przemysł meblowy.

Tabela 1.8 Sektory przemysłowe o największym udziale wśród pracujących w przemyśle Polski Wschodniej w roku 2008 (w proc.)

	Polska Wschodnia	Lubelskie	Podkarpackie	Podlaskie	Świętokrzyskie	Warmińsko-mazurskie
Produkcja artykułów spożywczych i napojów	16,9	22,1	8,9	27,6	11,0	22,3
Produkcja wyrobów z metali	8,9	5,7	9,3	4,8	17,0	7,5
Produkcja mebli, pozostała działalność produkcyjna	7,9	6,9	7,9	3,8	0,7	17,3
Produkcja wyrobów z poz. surowców niemetalicznych	6,4	3,8	6,8	3,1	14,9	3,7
Produkcja drewna i wyrobów z drewna	6,2	5,1	5,3	7,8	3,5	9,9

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

Ciekawych wniosków dostarcza porównanie udziału poszczególnych sektorów w produkcji przemysłowej z udziałami tych samych sektorów w liczbie pracujących w przemyśle. W dwóch przypadkach – w przemyśle spożywczym i produkcji wyrobów z surowców nieme-

talicznych – udział w produkcji jest większy niż udział w zatrudnieniu. Natomiast w produkcji wyrobów z metali oraz w przemyśle drzewnym udział w zatrudnieniu jest większy niż udział w produkcji. Wynika to z tego, że w przemyśle spożywczym oraz przemyśle surowców niemetalicznych ważniejszą rolę odgrywają duże przedsiębiorstwa, które wykorzystując efekty skali mogą zatrudniać proporcjonalnie mniej pracowników, natomiast w produkcji wyrobów z metali i w produkcji wyrobów z drewna przeważają mniejsze firmy, gdzie takich efektów nie ma. Ponadto wynika z tego niezbiecnie, że przemysł spożywczy oraz przemysł surowców niemetalicznych są działalnościami mniej pracochłonnymi co ma związek z większą automatyzacją produkcji w przedsiębiorstwach zaliczających się do tych działów. Natomiast w przemyśle metalowym i drzewnym automatyzacja jest mniejsza a zatem wymagane nakłady pracy większe.

W rozbiciu na województwa, przemysł spożywczy jest zdecydowanie najważniejszym pracodawcą w podlaskim, warmińsko-mazurskim i lubelskim. W lubelskim i podlaskim udział pozostałych wymienionych działów przemysłu jest podobny, natomiast w województwie warmińsko-mazurskim zwraca jeszcze uwagę duże znaczenie przemysłu meblarskiego dla lokalnego rynku pracy.

W województwie świętokrzyskim najważniejszym dla rynku pracy działem przemysłu jest produkcja wyrobów z metali, ale niewiele mniejszy udział ma produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych. Natomiast w podkarpackim zróżnicowanie rynku pracy pod względem sektorowym jest najmniejsze – na cztery pierwsze pod tym względem sektory przypada bardzo podobny, 7-9-procentowy udział w liczbie pracujących.

1.5 Wpływ kryzysu na gospodarkę Polski Wschodniej

Światowe załamanie gospodarcze, które rozpoczęło się w drugiej połowie 2008 roku okrzyknięte zostało mianem największego kryzysu od czasu tzw. wielkiego kryzysu z lat 1929 – 1933. Kryzys gospodarczy na świecie jeszcze się nie skończył, ale wydaje się, że polska gospodarka stosunkowo łagodnie przejdzie przez okres dekonunktury na świecie i w Europie. Spowolnienie wzrostu gospodarczego w Polsce w pierwszej połowie 2009 roku było wyraźne, ale Polska, jako jedyny europejski kraj uniknął spadku produktu krajowego brutto.

Jak zostało wykazane powyżej, pod względem struktury gospodarczej Polska Wschodnia nie odbiega znacząco od całej Polski. Udział usług, przemysłu czy budownictwa jest w Polsce Wschodniej zbliżony do udziału tych sektorów w gospodarce ogólnopolskiej. Jednak kryzys gospodarczy dotyczy przede wszystkim przemysłu, ponieważ jednym z najważniejszych kanałów przenikania kryzysu do Polski jest eksport. Recesja u największych partnerów handlowych Polski (przede wszystkim w Niemczech) w największym stopniu dotyka zatem krajowych przedsiębiorstw przemysłowych.

Pod względem struktury samego przemysłu różnice między Polską Wschodnią a pozostałą częścią kraju są już nieco bardziej widoczne. Analizę wpływu spowolnienia gospodarczego na gospodarkę Polski Wschodniej przeprowadzono zatem w oparciu o ocenę wpływu kryzysu na działy przemysłu o największym dla tego regionu znaczeniu.

Przemysł spożywczy

Przemysł spożywczy należy do grupy działalności nieco mniej czułych na wahania koniunktury gospodarczej. Pamiętać jednak należy, że jest on niezwykle zróżnicowany i poszczególnych branż przetwórstwa spożywczego w różnym stopniu dotykają efekty spowolnienia. Najmniej wrażliwe na kryzys są te działalności, których sprzedaż koncentruje się na rynku krajowym (nie ma wówczas negatywnego oddziaływania złej sytuacji w innych krajach) oraz te, które produkują dobra pierwszej potrzeby, trudne do zastąpienia. Wymienić tu należy chociażby branżę piekarniczą, mleczarską czy mięsną, chociaż w tych ostatnich dwóch

przypadkach negatywnie oddziałuje znacząca rola eksportu. Inne branże spożywcze, jak na przykład cukiernicza, owocowo-warzywna czy rybna są w większym stopniu wrażliwe na kryzys, ponieważ z zakupu ich produktów konsumenci rezygnują w pierwszej kolejności.

Przemysł spożywczy Polski Wschodniej zdominowany jest przez branżę mleczarską, która choć jak wszystkie odczuwa efekty kryzysu, to negatywne oddziaływanie jest w tym przypadku nieco mniejsze. Przemysł mleczarski w Polsce Wschodniej uznać należy za nowoczesny, ponieważ o jego obliczu decydują dwie duże mleczarnie – Mlekpol oraz Mlekovita, spełniające wszelkie normy europejskie odnoszące się do warunków produkcji i jakości produktów. Oferta tych zakładów obejmuje pełną gamę wyrobów mleczarskich – różne rodzaje mleka i napojów mlecznych, jogurty, serki itp.

Kryzys gospodarczy niekorzystnie wpływa na sektor mleczarstwa nie tylko w Polsce Wschodniej, ale także w całym kraju i całej Unii Europejskiej. Przede wszystkim w okresie spowolnienia/recesji popyt na produkty przemysłu mleczarskiego spada – pojawia się mniejsze zapotrzebowanie ze strony przemysłu spożywczego – mleko wykorzystywane jest w produkcji wielu artykułów spożywczych (głównie w przemyśle cukierniczym), mniejsze zapotrzebowanie sektora usługowego (gastronomia) oraz, choć nie zawsze, zmniejszone zapotrzebowanie gospodarstw domowych.

Dla przemysłu mleczarskiego w Polsce Wschodniej istotny jest spadek popytu na rynkach zagranicznych, co ogranicza możliwości wzrostu eksportu; w samych Niemczech popyt na wyroby mleczne spadł w pierwszej połowie 2009 r. o około 4 procent. Nadpodaż mleka i jego przetworów na rynku krajowym i zagranicznym powoduje wyraźny spadek cen, co odbija się niekorzystnie na rentowności polskich mleczarni.

W dłuższym czasie perspektywy rozwojowe przemysłu mleczarskiego w kraju, w tym w Polsce Wschodniej, są dobre. Spożycie mleka w Polsce jest niskie i wynosi około 35 litrów na osobę rocznie, co oznacza, że jest ono 3 razy mniejsze niż przeciętne w krajach UE-15 (np. w Szwecji wynosi ono ponad 145 litrów, a w Holandii 123 litry). Oznacza to, że w Polsce istnieje jeszcze duży potencjał rozwojowy dla rynku mleka i przetworów mlecznych.

Szczególnie istotną szansą rozwojową przemysłu mlecznego w regionie Polski Wschodniej jest eksport. Polska Wschodnia jest regionem mającym korzystne warunki ekologiczne do produkcji żywności. Jest to region o stosunkowo czystym środowisku naturalnym, o niewielkim nagromadzeniu gałęzi przemysłowych generujących najwięcej zanieczyszczeń. Warunki te są ogromnym atutem regionu, który powinien być szeroko wykorzystywany we wszelkich działaniach promocyjnych, szczególnie w promocji eksportu artykułów spożywczych. W krajach Europy Zachodniej produkty z regionów czystych ekologicznie cieszą się od pewnego czasu dużym zainteresowaniem. Chociaż obecnie popyt na rynkach zagranicznych jest mocno ograniczony, to wraz z zakończeniem kryzysu będzie miało miejsce jego odbudowanie. Warto zatem prowadzić działania promujące eksport artykułów spożywczych produkowanych w Polsce Wschodniej

Produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych

Produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych, a więc w praktyce mineralnych materiałów budowlanych (szkło, cement, wapno, beton, płytki ceramiczne itp.), jest sektorem gospodarki silnie powiązany z budownictwem. Koniunktura w tej działalności jest więc silnie zależna od tego, co dzieje się na rynku budowlanym i perspektywy rozwojowe producentów materiałów budowlanych trzeba rozpatrywać w kontekście perspektyw budownictwa. Budownictwo jest zazwyczaj wymieniane w pierwszej grupie branż narażonych na negatywne skutki kryzysu gospodarczego. Głównym powodem jest fakt, że duża część prac

budowlanych finansowana jest ze środków pozyskanych w ramach kredytowania bankowego, a utrudnienia w pozyskiwaniu kredytów mogą stać się pierwotną przyczyną spowolnienia w realnej sferze gospodarki. Szczególnie narażone na działanie takiego mechanizmu jest budownictwo mieszkaniowe, które finansowane jest z kredytów bankowych w sposób pośredni – klienci zaciągają kredyty w bankach na zakup mieszkań oraz w sposób bezpośredni – firmy deweloperskie same kredytują swoją działalność w bankach. Dodatkowym czynnikiem pogarszającym bieżącą sytuację na rynku mieszkaniowym są prognozowane dalsze spadki cen mieszkań – według niektórych prognoz nawet 20-procentowe. W efekcie potencjalni nabywcy mieszkań wstrzymują się z zakupem czekając aż ceny rzeczywiście będą niższe, co dodatkowo osłabia popyt na rynku mieszkaniowym.

Budownictwo mieszkaniowe to jednak tylko 20-25 procent całego sektora budowlanego. W pozostałych segmentach rynku budowlanego sytuacja jest wyraźnie lepsza. Segmentem budownictwa, które w chwili obecnej wydaje się być najmniej zagrożone skutkami kryzysu jest budownictwo drogowe, w ramach którego realizowane są i będą duże inwestycje infrastrukturalne finansowane ze środków unijnych. Większość tych inwestycji nie powinna być zagrożona, chociaż w przypadku mniejszych (realizowanych w skali lokalnej przez samorządy) może pojawić się problem z ich współfinansowaniem. Sytuacja w branży budowlanej i branż z nią powiązanych, w kontekście spowolnienia gospodarczego, jest więc zróżnicowana w zależności od rodzaju budownictwa.

Oczekiwane spowolnienie wzrostu w budownictwie w roku 2009 spowodować musi pogorszenie koniunktury w produkcji mineralnych materiałów budowlanych, co może być wyraźnie w Polsce Wschodniej jako regionie, gdzie znaczenie tego przemysłu jest duże. Spodziewać się należy znacznego spowolnienia wzrostu sprzedaży i pogorszenia wyników finansowych firm.

Spadek popytu na materiały budowlane ze strony sektora budowlanego oznacza dla ich producentów brak możliwości poszukiwania alternatywnych rynków zbytu, ponieważ produkty te wykorzystywane są jedynie w pracach budowlanych. Skurczenie popytu z jednej strony zmusi firmy do zmniejszenia skali produkcji a z drugiej wpłynie na spadek cen rynkowych. W efekcie producenci staną przed koniecznością ograniczenia kosztów produkcji, tak aby opłacalna była sprzedaż przy niższych cenach.

Rynek materiałów budowlanych w Polsce Wschodniej jest jednak rynkiem o dużym natężeniu konkurencji, co oznacza, że w niektórych jego segmentach, szczególnie tych bardziej rozdrobnionych, sprzedaż jeszcze przed kryzysem odbywała się przy minimalnych marżach. Producenci materiałów budowlanych już wcześniej zostali więc zmuszeni przez otoczenie rynkowe do racjonalizacji i ograniczenia kosztów, co pozwoliło im w ostatnim czasie na osiągnięcie dobrych wskaźników rentowności. Może się więc okazać, że obecnie, w warunkach znacznego spadku cen, istnieje bardzo mały margines do dalszych tego typu działań – niektóre, szczególnie mniejsze firmy mogą nie mieć już możliwości dalszej redukcji kosztów, co będzie w wielu przypadkach oznaczało ich bankructwo. Podmioty te przy niższym poziomie cen nie będą w stanie zachować opłacalności produkcji i utrzymać się na rynku. W przypadku firm, które pozostaną na rynku spodziewać się należy ograniczenia zatrudnienia, wstrzymanie procesów inwestycyjnych oraz pogorszenia wskaźników efektywnościowych. Biorąc pod uwagę fakt, że przemysł materiałów budowlanych w Polsce Wschodniej jest też istotny z punktu widzenia rynku pracy, kłopoty sektora mogą negatywnie wpłynąć na zatrudnienie w regionie.

W dłuższym horyzoncie czasowym perspektywy dla produkcji wyrobów z surowców niemetalicznych w Polsce Wschodniej są dobre – zapóźnienia inwestycyjne zarówno w infrastrukturze drogowej jak i mieszkaniowej oraz stabilne źródła finansowania dużych inwestycji ze środków europejskich powodują, że w perspektywie kilku a nawet kilkunastu lat w Polsce

utrzyma się wysoki popyt na usługi sektora budowlanego, co będzie gwarantowało rozwój sektorów powiązanych z budownictwem.

Produkcja wyrobów z metali

Będąca czwartym pod względem udziału w przemyśle Polski Wschodniej produkcja wyrobów z metali, jest działalnością bardzo zróżnicowaną. Do sektora tego zalicza się między innymi produkcja konstrukcji metalowych, produkcja metalowych elementów stolarki budowlanej, produkcja cystern, pojemników i zbiorników, produkcja wyrobów nożowniczych, opakowań metalowych, narzędzi, złączy, śrub, łańcuchów itp. Cechą charakterystyczną tego sektora jest to, że odbiorcami jego produktów są w większości inne przedsiębiorstwa przemysłowe lub budowlane.

Wyroby przemysłu metalowego mają więc w dużej części charakter dóbr zaopatrzeniowych i tylko niewielka ich część trafia bezpośrednio do konsumentów indywidualnych. Z tego powodu koniunktura w przemyśle metalowym jest ściśle powiązana z koniunkturą w wielu innych działalnościach przemysłowych. Część asortymentu przemysłu metalowego wykorzystywana jest także w sektorze budowlanym (choćby konstrukcje metalowe), a więc w sektorze, który także doświadcza negatywnych skutków spowolnienia gospodarczego i kryzysu na rynku finansowym. Zależność przemysłu metalowego od koniunktury w innych sektorach oznacza, że przemysł metalowy jest wrażliwy na kryzys, a efekty kryzysu oddziałują na przedsiębiorstwa sektora przede wszystkim w sposób pośredni.

W Polsce Wschodniej przemysł metalowy jest rozdrobniony – dominują małe zakłady, w przeważającej części zaliczające się do sektora MSP. Jest to kolejny powód wrażliwości tego sektora Polski Wschodniej na kryzys – małe firmy z reguły gorzej radzą sobie ze złą sytuacją gospodarczą niż duże, ponieważ mają mniejsze rezerwy związane z ograniczaniem kosztów, mniejsze możliwości pozyskiwania dodatkowego finansowania itp.

Przedsiębiorstwa należące do sektora produkcji wyrobów z metali w Polsce Wschodniej koncentrują swoją działalność na rynku krajowym. Wśród towarów mających największe znaczenie dla eksportu regionu nie ma produktów tego działu. Konstrukcje stalowe i części tych konstrukcji, częściowo wytwarzane w ramach przemysłu metalowego, mają zaledwie 1-procentowy udział w eksporcie Polski Wschodniej.

Mały udział eksportu przemysłu metalowego zlokalizowanego w Polsce Wschodniej jest bez wątpienia jego słabą stroną. Istnieje więc potrzeba szerszej promocji eksportu produktów przemysłu metalowego. Zaopatrzeniowy i inwestycyjny charakter produktów sektora sprawia, że grupę ich potencjalnych odbiorców zagranicznych stanowi sektor przedsiębiorstw. Ponieważ przemysł metalowy należy do tradycyjnych gałęzi przemysłu, a produkty sektora nie są zaawansowane technologicznie, konkurencyjność polskich producentów wynikać powinna przede wszystkim z niższej ceny. Pod tym względem trudno jest jednak konkurować z rodzimymi producentami w takich krajach jak Rosja, Ukraina czy Białoruś, które stanowią najbliższe zagraniczne rynki zbytu dla firm z Polski Wschodniej, ponieważ u wschodnich sąsiadów Polski koszty produkcji są najczęściej niższe niż w Polsce. Konkurencja kosztami produkcji możliwa jest natomiast w krajach Europy Zachodniej – w tym przypadku słabą stroną polskich producentów są jednak wysokie koszty transportu. Ma to szczególne znaczenie w przypadku przemysłu metalowego, którego niektóre produkty (konstrukcje stalowe, zbiorniki, cysterny, pojemniki) są duże gabarytowo, a zatem ich transport na duże odległości jest skomplikowany technicznie i drogi.

Produkcja drewna i wyrobów z drewna

Przemysł drzewny jest silnie podatny na wahania koniunktury gospodarczej, co jest typowym problemem w przypadku sektorów, w których wytwarzane są wyroby o niskim stopniu prze-

tworzenia. W okresach dekoniunktury gwałtownie obniża się popyt na tego typu produkty, a rentowność przedsiębiorstw spada. W polskim przemyśle tartacznym zjawisko to potęgowane jest dużym rozdrobnieniem branży i silną pozycją największego krajowego dostawcy surowca. Problemy te dotyczą w dużym stopniu regionu Polski Wschodniej, gdzie przemysł drzewny ulokowany jest w dużej mierze za sprawą sprzyjających uwarunkowań środowiskowych.

Jednym ze skutków dekoniunktury gospodarczej w przemyśle drzewnym jest zjawisko, obserwowane już od trzeciego kwartału 2008 roku, polegające na szybszym i większym spadku cen produktów przemysłu drzewnego niż cen drewna, co dodatkowo wpływa negatywnie na wyniki finansowe uzyskiwane przez przedsiębiorstwa sektora.

Jednym z podstawowych czynników determinujących sytuację w przemyśle drzewnym są warunki panujące na rynku głównego surowca, czyli drewna. W Polsce największym dostawcą drewna jest Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe, dostarczające około 90 procent tarcicy na rynek polski. Wykorzystywanie przez Lasy Państwowe pozycji monopolistycznej łączy się również z funkcjonowaniem nierynkowego i mało przejrzystego systemu kontraktacji i sprzedaży tarcicy. W wyniku narzucenia znaczących ograniczeń dostępu do rynku dla odbiorców tarcicy (czyli przede wszystkim tartaków) oraz arbitralnego sposobu ustalania cen, na rynku polskim od wielu lat istnieje niedobór tego surowca, częściowo tylko uzupełniany importem. Ceny ustalone są przy tym na poziomie nie gwarantującym opłacalności produkcji, wyższym niż w krajach ościennych.

W dziedzinie produkcji płyt drewnopochodnych (m. in. sklejek, płyt pilśniowych, płyt wiórowych i arkuszy fornirowych) Polska jest europejskim wiceliderem, większy wolumen produkcji realizowany jest tylko w Niemczech. Polskie przedsiębiorstwa sektora należą do światowej czołówki technologicznej. Dzięki spełnianym przez nie wysokim standardom ochrony środowiska oraz jakości oferowanych produktów, duża część produkcji jeszcze w pierwszej połowie 2008 roku przeznaczona była na eksport. Sprzedaż na rynki zagraniczne jest też istotnym źródłem przychodów przedsiębiorstw przemysłu drzewnego działających na terenie Polski Wschodniej. Począwszy od drugiej połowy roku 2008 popyt zagraniczny na wyroby przemysłu drzewnego zaczął się kurczyć. Zjawisko to nasila się od początku roku 2009, co istotnie pogorsza sytuację producentów wyrobów z drewna.

Skutki kryzysu gospodarczego silnie odczuwalne są również w produkcji wyrobów stolarskich i ciesielskich dla budownictwa. Głównymi odbiorcami produktów tej branży są bowiem przedsiębiorstwa budowlane specjalizujące się w budownictwie mieszkaniowym. Mówiąc o kryzysie w budownictwie, zwraca się szczególną uwagę, że to właśnie ten jego segment najmocniej dotykają negatywne skutki pogorszenia koniunktury. W przypadku nastąpiły szczególnie wyraźne spadki sprzedaży wyrobów stolarskich i ciesielskich, a osiągnięte wyniki finansowe przedsiębiorstw pogorszyły się.

W stosunkowo najlepszej sytuacji w obliczu kryzysu gospodarczego znalazł się natomiast przemysł opakowań drewnianych. Szeroki asortyment sprzedawanych produktów sprawia, że nie jest on uzależniony od sytuacji na jednym konkretnym rynku. Relatywnie prostsze jest również przestawienie procesów produkcyjnych i dostosowanie oferty do aktualnego zapotrzebowania rynkowego.

Ważnym czynnikiem kształtującym koniunkturę w przemyśle drzewnym w Polsce Wschodniej jest sytuacja na rynku pracy. W minionych latach jedną z głównych przewag konkurencyjnych polskiego przemysłu drzewnego na rynkach europejskich były niskie koszty pracy. Wpływały one na szybki rozwój produkcji eksportowej, zwłaszcza na rynek niemiecki. Dynamiczny wzrost wynagrodzeń po wejściu Polski do Unii Europejskiej wpłynął na spadek konkurencyjności. Nałożenie się tego zjawiska na wybuch światowego kryzysu finansowego i gospodarczego postawiło przemysł drzewny w wyjątkowo niekorzystnej sytuacji.

Mimo pogorszenia sytuacji w latach 2008 – 2009, w perspektywie średnio- i długookresowej przed przemysłem drzewnym Polski Wschodniej rysują się korzystne perspektywy rozwojowe. Istotnym wyzwaniem stanie się wkrótce konieczność konsolidacji mocno obecnie rozdrobnionego sektora. Warto zwrócić jednak uwagę, że większość małych i średnich przedsiębiorstw sektora to firmy rodzinne, prowadzące działalność w tej formie od pokoleń. Rozwijając się będą zatem grupy produkcyjne i sprzedażowe, a przejęcia i fuzje obejmą segment większych przedsiębiorstw. W procesach tych znaczącą rolę odegrać powinni inwestorzy zagraniczni.

Możliwości poprawy wyników finansowych upatrywać należy także w nasileniu tendencji do specjalizacji produkcyjnej w grupie przedsiębiorstw dużych i średnich oraz pojawieniu się dążeń do wyszukiwania i wypełniania nisz rynkowych przez małe firmy.

Dużą szansą rozwojową rysującą się przed sektorem jest rozwój technologii energooszczędnych i ekologicznych w budownictwie. Generuje on popyt na zaawansowane technologicznie produkty drewnopochodne. Szczególnym przypadkiem tej tendencji jest rosnące zapotrzebowanie na tzw. budownictwo pasywne, tj. minimalizujące zużycie energii w trakcie eksploatacji. Popyt generowany przez budownictwo pasywne będzie w długim okresie jednym z najszybciej rosnących rynków zbytu produktów sektora. Wdrażanie w przemyśle drzewnym nowoczesnych technologii musi być powiązane z większym niż dotychczas zaangażowaniem w sektorze kapitału zagranicznego.

Produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych

Ostatnim z pięciu działów przemysłu o największym znaczeniu dla gospodarki Polski Wschodniej jest produkcja wyrobów gumowych i z tworzyw sztucznych. Wysoki udział tego działu w regionalnej produkcji przemysłowej wynika z faktu, że w Polsce Wschodniej zlokalizowane są dwa największe krajowe przedsiębiorstwa zajmujące się produkcją opon: olsztyński Michelin oraz Firma Oponiarska Dębica, należąca do jednego z największych światowych producentów opon – koncernu Goodyear. Przemysł gumowy, za sprawą branży oponiarskiej, jest wzorowym przykładem udanych inwestycji zagranicznych w regionie Polski Wschodniej. Nowoczesne zakłady produkują zarówno na rynek krajowy, jak i na rynki europejskie, a skala eksportu sprawia, że opony są obecnie produktem, który ma największe znaczenie dla eksportu Polski Wschodniej.

Z uwagi na fakt, że przemysł gumowy w Polsce Wschodniej jest w zasadzie tożsamy z branżą oponiarską, kluczowym czynnikiem wpływającym na koniunkturę w tym sektorze jest sytuacja w przemyśle motoryzacyjnym i na rynku samochodów używanych oraz w sektorze transportu. Pozostały wolumen produkcji przemysłu gumowego przypada głównie na tzw. gumowe artykuły techniczne (czyli: węże, uszczelnienia, amortyzatory oraz elementy gumowe, stosowane w pojazdach, w maszynach, lotnictwie, kolejnictwie i w przemyśle zbrojeniowym) oraz taśmy transporterowe. Udział pozostałych wyrobów, takich jak np. obuwie gumowe, sprzęt turystyczny i sportowy, wykładziny podłogowe itp. jest jednak w produkcji Polski Wschodniej niewielki.

Branża oponiarska należy do grupy działalności szczególnie wrażliwych na dekoniunkturę gospodarczą. Dzieje się tak z dwóch powodów. Po pierwsze, kryzys w dużym stopniu dotknął branżę motoryzacyjną, która generuje popyt na opony. Chodzi tu zarówno o przemysł motoryzacyjny w ścisłym tego słowa znaczeniu, jak i o rynek samochodów używanych – tylko około 30 procent wyprodukowanych opon trafia bowiem na rynek pierwszego wyposażenia, a pozostała część na rynek wymiany. Spadek liczby kupowanych aut, zarówno nowych, jak i używanych i związane z tym bankructwa koncernów samochodowych to okoliczności niesprzyjające rozwojowi branży oponiarskiej. Drugim czynnikiem zwiększającym wrażliwość branży oponiarskiej na kryzys jest znaczny udział eksportu w sprzedaży. Jak wiadomo, świa-

towy kryzys znacznie poważniej dotknął kraje Europy Zachodniej niż Polskę – spadek sprzedaży samochodów u naszych największych partnerów gospodarczych jest jeszcze większy niż w Polsce. Mniejsze jest też zatem zapotrzebowanie na opony, w tym wytwarzane w naszym kraju.

Z punktu widzenia producentów opon duże znaczenie ma też sytuacja w transporcie, a więc w sektorze, którego wrażliwość na dekoniunkturę jest także wysoka. Spadek aktywności gospodarczej skutkuje bowiem zawsze mniejszym popytem na usługi transportowe, w tym na transport drogowy. Gorsza sytuacja firm transportowych sprawia, że maleje popyt z ich strony na części i akcesoria do środków transportu, w tym na opony.

Z punktu widzenia Polski Wschodniej za korzystny należy uznać fakt, że branża oponiarska w tym regionie zdominowana jest przez duże nowoczesne przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego. Dużym koncernom, ze względu na siłę rynkową oraz nagromadzone zasoby łatwiej jest przetrwać okresy niekorzystnej koniunktury.

Mimo, że lata 2009 – 2010 będą trudne dla branży oponiarskiej (według prognoz koniunktura w sektorze motoryzacyjnym powinna się poprawić w roku 2011), to w dłuższej perspektywie produkcja opon w Polsce Wschodniej powinna się nadal dynamicznie rozwijać, podobnie jak cały przemysł gumowy. W przypadku rynku krajowego, wskaźnikiem obrazującym potencjał rozwojowy jest dopiero osiemnaste w Europie miejsce Polski pod względem wartości sprzedaży produktów przemysłu gumowego na jednego mieszkańca. Oznacza to, że w długim okresie rozwój polskiego sektora gumowego przebiegać może szybciej niż w pozostałych krajach europejskich. Warunkiem takiego rozwoju jest jednak poprawa bądź przynajmniej utrzymanie obecnego poziomu konkurencyjności polskich przedsiębiorstw względem producentów zagranicznych.

W średnim horyzoncie czasowym, perspektywy rozwoju przemysłu gumowego uzależnione są od zdolności przedsiębiorstw do sprostania stale rosnącym wymaganiom ekologicznym. Produkcja wyrobów gumowych wiąże się bowiem z użyciem wielu zróżnicowanych substancji chemicznych, będących środkami silnie toksycznymi, łatwopalnymi lub wybuchowymi. W przypadku zakładów stanowiących część międzynarodowych koncernów (tak jak ma to miejsce w branży oponiarskiej, która ma pozycję dominującą w przemyśle gumowym Polski Wschodniej), dostosowanie do zaostrzonych przepisów stanowi wyzwanie stosunkowo mniejsze niż dla producentów z sektora MSP. Z tego punktu widzenia wspomnieć należy o wysokich kosztach wykupu pozwoleń na emisję dwutlenku węgla, konieczności ograniczania emisji szkodliwych oparów, zagospodarowania odpadów oraz rozłożonego w czasie wdrożenia tzw. pakietu REACH, będącego zintegrowanym systemem zezwoleń, ograniczeń produkcji, obrotu, stosowania i rejestracji substancji chemicznych.

Sektor produkcji wyrobów z tworzyw sztucznych jest niezwykle zróżnicowany pod względem wytwarzanych przez niego produktów. Produkcja obejmuje między innymi: półfabrykaty z tworzyw sztucznych (płyty, arkusze, bloki, folie itp.) oraz wyroby gotowe typu: rury, węże, tulejki, opakowania takiej jak kontenery, skrzynki, butelki, beczki, puszki, torebki, worki, kanistry, materiały izolacyjne, drzwi, okna, ramy, żaluzje, listwy przypodłogowe, podłogi plastikowe, pokrycia ścienne i sufitowe, artykuły sanitarne oraz inne wyroby z tworzyw sztucznych (wyposażenie kuchenne, artykuły toaletowe, elementy oświetleniowe, wyposażenie wnętrz)

Wysoki stopień zróżnicowania asortymentowego sprawia, że sektor jest stosunkowo odporny na zagrożenia związane ze skutkami kryzysu gospodarczego. Najbardziej zagrożonymi branżami są produkcja wyrobów dla budownictwa oraz produkcja opakowań. Spadek aktywności gospodarczej w budownictwie mieszkaniowym powoduje spadek popytu na wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa. W produkcji opakowań z tworzyw sztucznych spadki dynamiki popytu związane są przede wszystkim ze zmniejszeniem dynamiki wzrostu produkcji przemysłowej, a co się z tym wiąże – ze zmniejszeniem zapotrzebowania na różnego ro-

dzaju opakowania. Oprócz spadku ilościowego, zmniejsza się również jednostkowa wartość zamawianych opakowań. Jednym ze skutków kryzysu gospodarczego są oszczędności producentów towarów przemysłowych, polegające na zastępowaniu dotychczasowych opakowań tańszymi ich zamiennikami. Producenci wyrobów z tworzyw sztucznych, w tym działający w województwach Polski Wschodniej, odczuwają więc skutki kryzysu w sposób pośredni.

Podsumowując, należy stwierdzić, że przemysł Polski Wschodniej, tak jak w innych regionach kraju, odczuwa i nadal będzie odczuwał skutki kryzysu w gospodarce światowej. Spowolnienie wzrostu gospodarczego w Polsce znajduje swoje odzwierciedlenie w pogorszeniu wyników niemal wszystkich branż gospodarki.

Struktura przemysłu w Polsce Wschodniej powoduje, że region ten może odczuć skutki kryzysu w nieco mniejszym stopniu. Dominujący w regionie przemysł spożywczy jest odporny na skutki kryzysu w stopniu większym niż inne sektory. Stabilny popyt na żywność sprawia, że przychody producentów znacząco nie spadają. Większym problemem w tym przypadku jest ograniczenie popytu zewnętrznego. Produkcja materiałów budowlanych jest ściśle powiązana z budownictwem, którego kryzys dotyka w mniejszym stopniu niż można się było spodziewać. Trudna sytuacja w budownictwie mieszkaniowym jest łagodzona przez utrzymywanie się dobrej koniunktury w budownictwie infrastrukturalnym. Spośród pięciu najważniejszych działów przemysłu w Polsce Wschodniej najbardziej narażony na skutki kryzysu jest przemysł drzewny. Sektor ten produkuje dobra nisko przetworzone, których duża część trafia do budownictwa mieszkaniowego, co dodatkowo komplikuje jego sytuację. Dwa pozostałe najważniejsze sektory Polski Wschodniej, a więc produkcja wyrobów z metali i produkcja wyrobów z gumy i tworzyw sztucznych odczuwają skutki kryzysu w sposób pośredni – na spadek popytu rzutuje słaba koniunktura w innych działach, które wykorzystują w procesie produkcji wyroby metalowe i gumowe. Szczególnie wyraźnie skutki kryzysu gospodarczego odczuwa przemysł gumowy – w Polsce Wschodniej o jego obliczu decyduje branża oponiarska. Kryzys w branży motoryzacyjnej znacząco ogranicza popyt na opony, a recesja w Europie utrudnia sprzedaż eksportową, która dla firm oponiarskich z Polski Wschodniej ma bardzo duże znaczenie.

1. 6 Poziom rozwoju województw Polski Wschodniej na tle kraju i Unii Europejskiej – stan obecny i tendencje

Miernikiem poziomu rozwoju gospodarczego, także na poziomie regionów, jest wartość produktu krajowego brutto przypadająca na 1 mieszkańca. Mimo rozmaitych zastrzeżeń do tego miernika, jest on powszechnie stosowany zarówno do oceny poziomu życia, jak i do określania tempa wzrostu gospodarczego.

Regionalna struktura wytwarzania PKB jest w Polsce podobna od lat. Na cztery najsilniejsze gospodarczo województwa w 2006 roku³ przypadła ponad połowa krajowego PKB (52 procent), a ponadto tylko w tych czterech województwach wartość PKB na 1 mieszkańca przekracza średnią krajową. Z kolei na pięć województw określanych mianem Polski Wschodniej przypadło w latach 2005 i 2006 zaledwie 15,4 proc. krajowego PKB. Województwa te wykazywały także najniższy w kraju poziom PKB na 1 mieszkańca: od 67,6 proc. w województwie lubelskim do 76 proc. w województwie świętokrzyskim.

Rozpiętość między poziomem PKB na 1 mieszkańca w zajmującym pierwszą pozycję w kraju województwem mazowieckim a ostatnim lubelskim jest znacząca. W 2006 roku wskaźnik dla Mazowsza był 2,36 raza wyższy, a w 2005 roku 2,32 raza wyższy. Oznacza to sytuację powolnego pogłębiania się z roku na rok rozpiętości dochodowych między zamożniejszymi i biedniejszymi województwami. W 1998 roku podobna relacja wynosiła 2,03. Narastanie róż-

³ Dane GUS dotyczące wojewódzkich szacunków PKB są dostępne dopiero po prawie dwóch latach po upływie roku, którego dotyczą.

nic w prosty sposób wynika z szybszego wzrostu gospodarczego w województwach lepiej rozwiniętych gospodarczo i niższego w województwach słabiej rozwiniętych. W 2006 roku tylko województwo świętokrzyskie uzyskało wyższe tempo wzrostu PKB *per capita* niż w całej Polsce, cztery pozostałe województwa odznaczały się niższy tempem.

W skali kraju programy wsparcia regionów mniej rozwiniętych gospodarczo nie dają bowiem bezpośredniego efektu zmniejszania regionalnych różnic dochodowych (konwergencji) między regionami, lecz przyczyniają się w najlepszym przypadku do zamrożenia dystansu rozwojowego biedniejszych regionów wobec bardziej zamożnych. Częstszym zjawiskiem jest łagodzenie powiększania się dystansu rozwojowego, co miało miejsce w 2006 roku w czterech województwach Polski Wschodniej. Nie oznacza to, że różnice rozwojowe są dane raz na zawsze (sztywne) i trudno je zmienić. Wskazuje na to przykład województwa dolnośląskiego, które aktualnie osiągnęło drugi w kolejności poziom PKB na 1 mieszkańca przy czwartej pozycji w 1998 roku. Podobny wzorzec ograniczonej konwergencji regionalnej ma miejsce w wielu krajach Unii Europejskiej.

Po przystąpieniu Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku sześć polskich województw wykazało najniższy poziom PKB na mieszkańca w całej Wspólnocie. Obok pięciu województw Polski Wschodniej w grupie tej znalazło się również województwo opolskie. Po rozszerzeniu Unii o Rumunię i Bułgarię, sytuacja zmieniła się o tyle, że jeszcze niższe PKB *per capita* niż najslabiej rozwinięte województwa Polski Wschodniej, miało miejsce w większości regionów z tych krajów.

Eurostat, urząd statystyczny Unii Europejskiej podaje, że wśród 20 regionów Unii Europejskiej o najniższym PKB na 1 mieszkańca w 2006 roku znalazło się sześć polskich województw, w tym wszystkie pięć województw Polski Wschodniej i Opolskie. Dziewięć najslabiej rozwiniętych gospodarczo regionów było z Bułgarii (pięć) i z Rumunii (cztery). Dziesiątym najbiedniejszym województwem jest Lubelskie, a szesnastym Świętokrzyskie. Dwudziestkę uzupełniają cztery regiony węgierskie.

PKB na 1 mieszkańca w województwach Polski Wschodniej w 2006 roku osiągnął 71,4 proc. tego wskaźnika dla całego kraju. W stosunku do średniej dla 27 krajów Unii Europejskiej wartość tego wskaźnika wyniosła 37,3 proc.

Perspektywy wyraźnej konwergencji regionów Polski Wschodniej są raczej niewielkie. Można sobie wyobrazić sporadyczne przypadki osiągania przez niektóre województwa szybszego niż cały kraj tempa wzrostu PKB, tak jak miało to miejsce w województwie lubelskim w 2006 roku. Nie można natomiast oczekiwać, że taka sytuacja przyjmie powszechny charakter. Na radykalne zmiany takiej sytuacji można liczyć w przypadku pojawienia się w regionie dużych bezpośrednich inwestorów zagranicznych.

Tabela 1.9 Zróznicowanie poziomu PKB na 1 mieszkańca w województwach Polski Wschodniej na tle Polski i Unii Europejskiej w 2006 roku

Województwo	Polska = 100	UE-27 = 100 (standardy siły nabywczej walut)
Lubelskie	67,6	35,0
Podkarpackie	68,4	36,0
Podlaskie	73,4	38,0
Warmińsko-Mazurskie	75,6	40,0
Świętokrzyskie	76,0	40,0

Polska Wschodnia	71,4	37,3
Polska	100,0	52,3

Źródła: Produkt Krajowy Brutto. Rachunki regionalne w 2006 roku, GUS; Eurostat

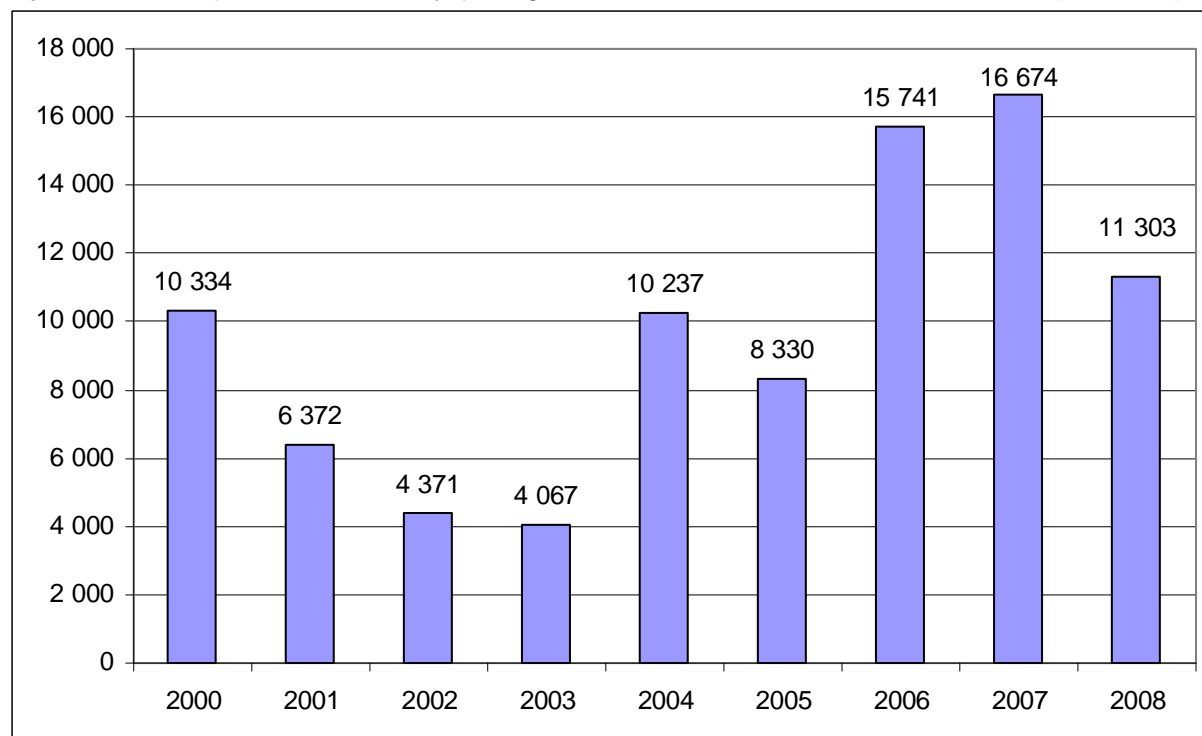
Przy ograniczonych efektach i perspektywach krajowej konwergencji regionalnej, ma miejsce wyraźna konwergencja Polski i innych krajów Europy Środkowej na poziomie Unii Europejskiej. Korzystać będą na tym również wszystkie polskie województwa włączając województwa Polski Wschodniej.

2. Potencjał gospodarczy Polski Wschodniej w zakresie przyciągania inwestycji zagranicznych

2.1 Ogólna diagnoza sytuacji w kraju

Od wejścia do Unii Europejskiej w 2004 roku, do gospodarki polskiej zaczęły napływać nowe impulsy rozwojowe. Część z nich pochodziła od bezpośrednich inwestycji zagranicznych, których napływ w pierwszych latach członkostwa zaczął osiągać niespotykane wcześniej rozmiary. Jedną z głównych przyczyn ożywienia w przyciąganiu BIZ była implementacja prawa wspólnotowego, co przy jednoczesnym zniesieniu barier dla swobodnego przepływu kapitału spowodowało, że Polska zaczęła być postrzegana jako atrakcyjne, bezpieczne i stabilne miejsce do lokowania działalności gospodarczej.

Wykres 2.1 Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w Polsce w latach 2000-2008 (mln euro)



Źródło: Statystyka bilansu płatniczego, Narodowy Bank Polski.

W latach 2000 – 2004 do Polski napływało średnio nieco ponad 7 mld euro rocznie kapitału w formie bezpośrednich inwestycji zagranicznych, a w okresie 2004 – 2008 średniorocznie prawie o 2,5 mld euro więcej. Na koniec 2007 roku łączna wartość zobowiązań z tytułu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w Polsce wyniosła 119,54 mld euro, z czego 84,5 procent stanowiły zobowiązania wobec inwestorów z krajów Unii Europejskiej. Najwięcej zainwestowanego kapitału w Polsce pochodzi z Holandii (22,1 mld euro), Niemiec (19,1 mld euro) oraz Francji (13,4 mld euro) – razem na trzy wymienione kraje przypada 45 procent zobowiązań.

Okolo jednej trzeciej BIZ w Polsce napłynęło do przetwórstwa przemysłowego (40,04 mld euro), z czego najwięcej przypadło na sektor metalurgiczny (około 7,8 mld euro) oraz motoryzacyjny (około 7 mld euro). W dalszej kolejności największym zainteresowaniem inwestorów zagranicznych odznaczały się: sektor pośrednictwa finansowego (22,9 mld euro), handel i naprawy (19,5 mld euro), oraz zagregowane: obsługa nieruchomości, informatyka, wynajem maszyn i pozostałe usługi związane z prowadzeniem działalności gospodarczej (17,8 mld euro).

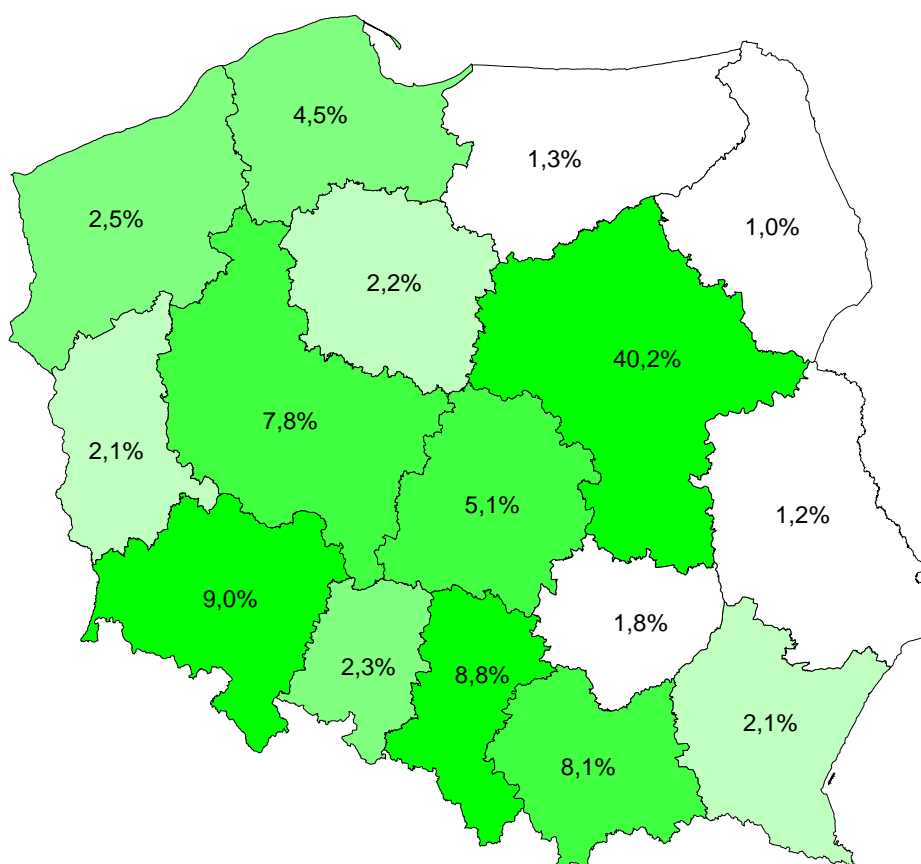
2.2 Najwięksi inwestorzy w Polsce Wschodniej

Narodowy Bank Polski nie podaje wartości napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych w rozbiciu na województwa. Niedostatek tego rodzaju informacji utrudnia kształtowanie w zrównoważony sposób atrakcyjności inwestycyjnej regionów w Polsce. Wielkość napływu BIZ jest bowiem wskaźnikiem informującym o stopniu zaangażowania inwestorów i pozwala na przeprowadzenie ogólnej oceny jakości klimatu do rozpoczynania działalności gospodarczej.

Pewną miarą regionalnego zaangażowania kapitału zagranicznego jest liczba dużych inwestorów zagranicznych według województw. Według danych Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych SA. województwa Polski Wschodniej należą do obszarów naj słabiej przyciągających inwestorów. W spółki znajdujące się na terenie Polski Wschodniej zainwestowało 144 z 1935 największych zagranicznych inwestorów zaewidencjonowanych w bazie PAIiZ SA. Na cały region przypada zatem jedynie 7,5 procent największych inwestorów, co oznacza, że Polska Wschodnia jako całość wypada słabiej niż województwa: mazowieckie (ponad 40 procent inwestorów), dolnośląskie (9,0 procent), śląskie (8,8 procent), małopolskie (8,1 procent) czy wielkopolskie (7,8 procent).

Z województw Polski Wschodniej dominuje województwo podkarpackie – udział 2,1 procent w całym kraju. Naj słabiej z kolei wypada województwo podlaskie z udziałem 1,0 procent.

Wykres 2.2 Rozkład terytorialny największych inwestorów zagranicznych w Polsce



Źródło: Baza inwestorów wg województw, Departament Informacji Gospodarczej PAIiZ SA., stan z końca sierpnia 2009 r.

Tabela 2.1 Najwięksi inwestorzy w Polsce Wschodniej według kraju pochodzenia inwestora

	Kraj	Liczba inwestorów
1	Niemcy	27
2	Stany Zjednoczone	25
3	Francja	11
4	Holandia	9
5	Szwecja	8
6	Austria	6
7	Belgia	5
8	Dania	5
9	Włochy	5
10	Wielka Brytania	5

Źródło: Baza inwestorów wg województw, Departament Informacji Gospodarczej PAliIZ SA., stan z końca sierpnia 2009 r.

Wśród najważniejszych inwestorów zagranicznych w Polsce Wschodniej dominują spółki niemieckie i amerykańskie. W dalszej kolejności pojawiają się m.in. inwestorzy z Francji, Holandii, Szwecji i Japonii.

2.3 Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej

Kolejnym wskaźnikiem aktywności gospodarczej inwestorów zagranicznych w Polsce Wschodniej jest liczba siedzib podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego, które są lokowane w regionie. Na koniec 2007 roku w województwach Polski Wschodniej było zarejestrowanych łącznie 1145 przedsiębiorstw z udziałem kapitału zagranicznego, co stanowiło 6,2 procent liczby tych podmiotów w całej Polsce.

Tabela 2.2 Liczba podmiotów z kapitałem zagranicznym w Polsce i Polsce Wschodniej w latach 2000-2007

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Polska	Liczba podmiotów	14 244	14 469	14 488	15 371	15 816	16 837	18 015	18 515
Polska Wschodnia	Liczba podmiotów	1 085	1 064	1 075	1 089	1 102	1 119	1 167	1 145
	Polska =100%	7,6%	7,4%	7,4%	7,1%	7,0%	6,6%	6,5%	6,2%

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

Tabela 2.3 Tempo wzrostu liczby podmiotów z kapitałem zagranicznym w Polsce i Polsce Wschodniej w latach 2001-2007 (rok poprzedni=100)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2007/ 2001
Polska	1,6%	0,1%	6,1%	2,9%	6,5%	7,0%	2,8%	30,0%
Polska Wschodnia	-1,9%	1,0%	1,3%	1,2%	1,5%	4,3%	-1,9%	5,5%

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

W latach 2000-2007 inwestorzy zagraniczni raczej niechętnie lokowali swoje siedziby w województwach Polski Wschodniej. Liczba podmiotów w tym regionie wzrosła w badanym okresie o 5,5 procent, podczas gdy w całej Polsce o 30 procent (tabela 2.3). Efektem tego był spadek udziału Polski Wschodniej w liczbie podmiotów z kapitałem zagranicznym z 7,6 procent w 2000 roku do 6,2 procent w 2007 roku.

Najwięcej siedzib firm zagranicznych znajduje się w województwie lubelskim (29 procent w 2008 r.). Lubelskie w tej kategorii dominowało w całym badanym okresie. Na drugim miejscu znalazło się województwo podkarpackie (26 procent), które odznacza się najwyższą liczbą największych zagranicznych inwestorów (wykres 2.2). Ponownie najslabiej wypada Podlasie (10 procent siedzib), co potwierdza, że jest ono województwem, w którym kapitał zagraniczny lokuje się najmniej chętnie.

Tabela 2.4 Podmioty z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej w latach 2000-2007

Województwo	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Lubelskie	294	289	297	299	308	332	336	329
Podkarpackie	244	246	260	244	251	271	298	294
Podlaskie	92	92	87	88	95	100	102	114
Świętokrzyskie	185	150	135	171	170	148	166	161
Warmińsko-mazurskie	270	287	296	287	278	268	265	247
Polska Wschodnia	1085	1064	1075	1089	1102	1119	1167	1145

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

Liczba podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej łącznie się zwiększyła w latach 2000-2007 o 60 jednostek. W trzech województwach liczba podmiotów wzrosła: w lubelskim (o 35 firm), podkarpackim (o 50) i podlaskim (o 22). Z kolei województwa świętokrzyskie i warmińsko-mazurskie odnotowały spadek liczby siedzib firm z kapitałem zagranicznym, odpowiednio o 24 i 23 jednostki. Zatem województwem Polski Wschodniej, które w ostatnich latach najchętniej przyciągało inwestorów zagranicznych było województwo podkarpackie. Z kolei najbardziej zniechęcało Świętokrzyskie, które odnotowało największy spadek liczby przedsiębiorstw, w których lokowany był kapitał zagraniczny.

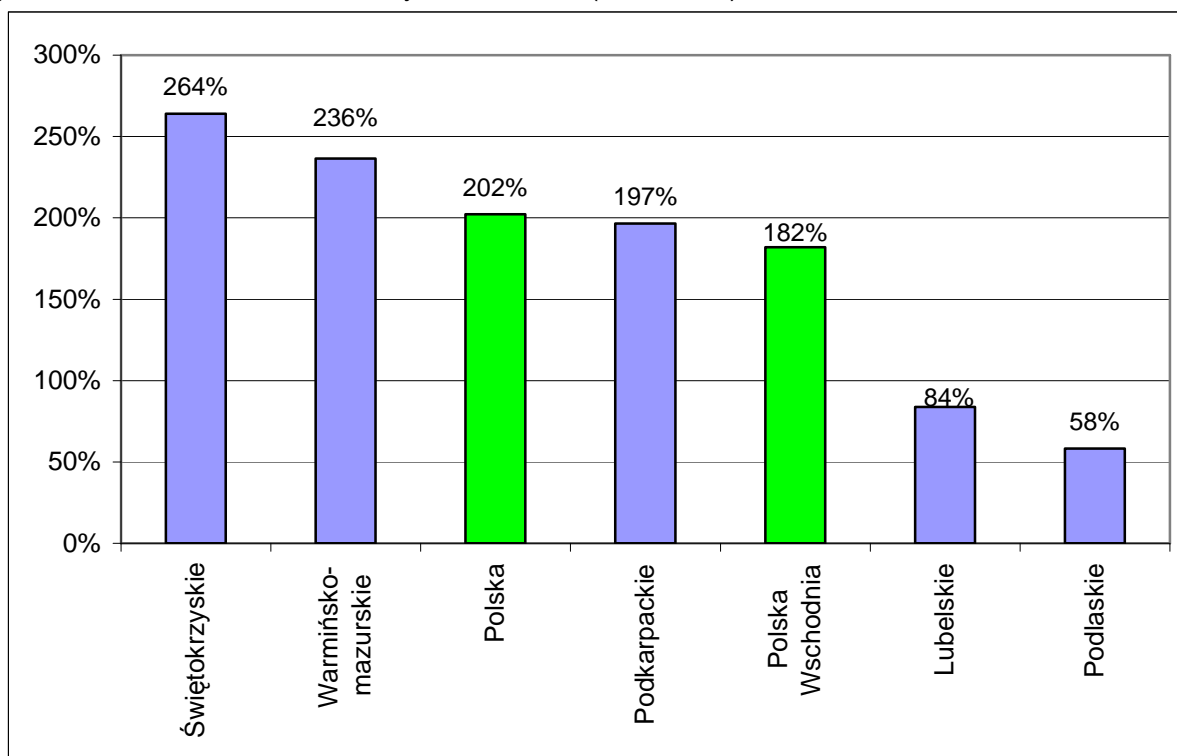
Tabela 2.5 Kapitał zagraniczny w podmiotach w Polsce i w Polsce Wschodniej w latach 2000-2007

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Polska	mln zł	65 213	73 959	90 885	97 021	104 002	111 028	123 197	131 857
Polska Wschodnia	mln zł	3 871	3 951	4 243	5 094	5 748	5 507	6 836	7 044
	Polska =100%	5,9%	5,3%	4,7%	5,3%	5,5%	5,0%	5,5%	5,3%

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

Wartość zaangażowanego w Polsce Wschodniej kapitału zagranicznego zwiększyła się w latach 2000-2007 o 82 procent (z 3,87 mld do 7,04 mld zł). Oznacza to, że wzrosła ona w mniejszym stopniu niż przeciętnie w całej Polsce. Skutkiem tego był spadek udziału Polski Wschodniej w wartości kapitału zagranicznego ogółem z 5,9 do 5,3 procent.

Wykres 2.3 Dynamika zmian wartości kapitału zagranicznego w podmiotach w Polsce i województwach Polski Wschodniej w 2007 roku (2000=100)



Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

Najszybszy wzrost kapitału zagranicznego w przedsiębiorstwach nastąpił w województwie świętokrzyskim, gdzie wartościowo kapitał zwiększył się o 164 procent. Dość dynamiczny był także wzrost kapitału zagranicznego w województwie warmińsko-mazurskim (o 136 procent) i podkarpackim (o 97 procent). Z kolei w województwach lubelskim i podlaskim nastąpił odpływ kapitału zagranicznego (odpowiednio spadki o 16 i 42 procent).

Najwięcej kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej zaangażowano w województwie świętokrzyskim – 2,98 mld zł, co stanowiło 42 procent wartości dla całego regionu. Z kolei najmniej kapitału inwestorzy zagraniczni zainwestowali w województwie podlaskim – 260 mln zł, co stanowiło jedynie 4 procent wartości dla całej Polski Wschodniej.

Tabela 2.6 Struktura kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej wg województw w latach 2000 i 2007

	2000	2007	Zmiana 2007-2000
Świętokrzyskie	29%	42%	13%
Warmińsko-mazurskie	15%	19%	4%
Podkarpackie	23%	25%	2%
Podlaskie	12%	4%	-8%
Lubelskie	22%	10%	-12%
Polska Wschodnia	100%	100%	

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

Pod względem wysokości zaangażowanego kapitału zagranicznego najbardziej wzrosło znaczenie województwa świętokrzyskiego – zmiana udziału z 29 do 42 procent w latach 2000-2007. Nieznacznie wzrosło również znaczenie województw warmińsko-mazurskiego i pod-

karpackiego, odpowiednio o 4 i 2 punkty procentowe. Zmniejszyło się natomiast znaczenie województwa podlaskiego (o 8 procent) i lubelskiego (o 12 procent).

2.4 Atrakcyjność inwestycyjna województw Polski Wschodniej

Województwa Polski Wschodniej są regionem, który odznacza się małym zainteresowaniem inwestorów zagranicznych. Głównym powodem jest słabsza, niż w innych regionach, kombinacja czynników, kształtujących ogólną atrakcyjność inwestycyjną.

W latach 2005-2008 Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową przeprowadził badania nad atrakcyjnością inwestycyjną województw w Polsce. Przy ocenie atrakcyjności wzięto pod uwagę szereg czynników, którym nadano następujące wagi:

- dostępność transportowa (20 procent),
- wielkość i jakość zasobów pracy (25 procent),
- chłonność rynku zbytu (15 procent),
- poziom rozwoju infrastruktury gospodarczej (10 procent),
- poziom rozwoju infrastruktury społecznej (5 procent),
- poziom bezpieczeństwa powszechnego (5 procent),
- aktywność wobec inwestorów (20 procent).

W każdej z kategorii, województwom nadano klasę atrakcyjności od A do E, przy czym A oznaczała bardzo wysoką jakość czynnika, a E bardzo złą.

Tabela 2.7 Atrakcyjność inwestycyjna województw w 2008 roku.

	Województwo	Dostępność transportowa		Zasoby i koszty pracy		Rynek zbytu		Infrastruktura gosp.		Infrastruktura społ.		Bezpieczeństwo pow.		Aktywność wobec inwest.		Atrakcyjność	
		Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce	Klasa	Miejsce
1	Śląskie	B	4	A	1	A	2	A	1	A	1	E	16	C	8	A	1
2	Mazowieckie	B	6	D	12	A	1	A	3	B	4	D	12	A	3	A	2
3	Dolnośląskie	A	3	C	7	B	5	A	2	A	3	E	15	A	2	A	3
4	Wielkopolskie	A	2	B	4	B	6	B	4	C	10	B	5	A	1	B	4
5	Małopolskie	C	8	A	2	B	4	B	5	A	2	C	9	D	11	B	5
6	Pomorskie	D	11	D	11	A	3	B	6	B	5	E	14	B	4	B	6
7	Łódzkie	C	9	A	3	C	7	C	10	C	7	D	11	B	5	C	7
8	Zachodniopomorskie	B	5	C	10	C	8	D	11	B	6	D	13	B	6	C	8
9	Lubuskie	A	1	C	9	C	10	C	9	E	15	C	10	C	7	C	9
10	Opolskie	C	7	E	14	C	9	C	7	D	13	C	7	C	9	C	10
11	Kujawsko-pomorskie	C	10	B	5	D	11	E	14	C	8	C	8	D	13	D	11
12	Podkarpackie	E	14	B	6	E	15	C	8	D	12	A	1	D	12	D	12
13	Warmińsko-mazurskie	D	13	E	15	D	13	D	12	C	9	B	6	C	10	D	13
14	Świętokrzyskie	D	12	C	8	E	16	E	15	D	11	A	3	E	15	E	14
15	Lubelskie	E	15	D	13	E	14	D	13	E	16	A	2	E	14	E	15
16	Podlaskie	E	16	E	16	D	12	E	16	E	14	B	4	E	16	E	16

Źródło: Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2008, IBnGR, Gdańsk 2008.

W kategorii dostępność transportowa województwa Polski Wschodniej zajęły ostatnie miejsca. Cechuje je niski stopień rozwoju połączeń komunikacyjnych (mała gęstość połączeń drogowych i kolejowych). Ponadto oprócz dużej odległości dzielącej ten region od granicy

zachodniej, dostępność do niego ogranicza brak międzynarodowych połączeń lotniczych (z wyjątkiem podkarpackiego) oraz słabo rozwinięty sektor transportu i logistyki.

Najwyższą atrakcyjnością w Polsce Wschodniej w zakresie zasobów i kosztów pracy odznacza się województwo podkarpackie. Głównym atutem Podkarpacia jest najniższy w kraju przeciętny poziom wynagrodzeń. Ranking województw zamykają cztery województwa w tym trzy z Polski Wschodniej: lubelskie, warmińsko-mazurskie i podlaskie. W przypadku tych województw słabą stroną jest względnie słaba jakość zasobów pracy w każdym aspekcie – zarówno pracujących, bezrobotnych jak i absolwentów. Występują też pewne deficyty jakościowe – niski poziom przedsiębiorczości. Atutem tych obszarów są natomiast niskie koszty pracy.

Pięć województw Polski Wschodniej charakteryzuje się niską chłonnością rynku. Słaba jakość tego czynnika inwestycyjnego wynika z faktu, że są to regiony relatywnie słabo zaludnione, w których gospodarstwa domowe oraz przedsiębiorstwa cechują się niższą od przeciętnej siłą nabywczą.

Cztery województwa Polski Wschodniej odznaczają się niskim poziomem rozwoju infrastruktury gospodarczej. Są to województwa: warmińsko mazurskie, lubelskie, świętokrzyskie i podlaskie. Na obszarach tych słabo rozwinięty jest sektor finansów, ubezpieczeń, doradztwa i obsługi nieruchomości (otoczenie biznesu) oraz infrastruktura badawczo-rozwojowa. Atutem jest wysoka pozycja województwa świętokrzyskiego w zakresie działalności targowo-wystawienniczej. Nieco lepiej na tle regionu prezentuje się województwo podkarpackie, gdzie względnie dobrze jest rozwinięty sektor badawczo-rozwojowy.

Ocena poziomu rozwoju infrastruktury społecznej objęła analizę intensywności działalności kulturalnej oraz stanu infrastruktury turystycznej i towarzyszącej. Województwa Polski Wschodniej cechują się przeciętnym bądź niższym od przeciętnej poziomem rozwoju infrastruktury społecznej. W szczególności dotyczy to województw: podkarpackiego, świętokrzyskiego, podlaskiego i lubelskiego. W tych województwach zarówno poziom rozwoju infrastruktury kultury, jak i infrastruktury turystyki jest zdecydowanie niższy od przeciętnej. Szczególnie jest to wyraźne w przypadku województwa lubelskiego zamykającego zestawienie. Nieco lepiej na tle regionu prezentuje się województwo warmińsko-mazurskie, które odznacza się dobrze rozwiniętą infrastrukturą turystyczną.

Cztery województwa Polski Wschodniej odznaczają się najwyższym poziomem bezpieczeństwa powszechnego w kraju. Są to województwa: podkarpackie, lubelskie, świętokrzyskie i podlaskie. Jest to efekt niskiego lub przeciętnego poziomu przestępczości i ponadprzeciętnego wskaźnika wykrywalności przestępstw.

Ranking aktywności województw wobec inwestorów zamykają trzy województwa z Polski Wschodniej – lubelskie, świętokrzyskie i podlaskie. Wszystkie one cechują się niewielką liczbą atrakcyjnych ofert lokalizacyjnych oraz małą intensywnością działalności informacyjnej. Nieco lepiej na tle regionu prezentuje się województwo warmińsko-mazurskie, które odznacza się przeciętną (w skali kraju) aktywnością wobec inwestorów.

Podsumowując, pięć województw Polski Wschodniej należy do regionów o najniższej atrakcyjności inwestycyjnej. Zajmują one niskie lokaty w większości analizowanych czynników atrakcyjności. Wyjątkiem jest bezpieczeństwo powszechne, którego poziom w tych województwach jest względnie wysoki.

Tabela 2.8 Atrakcyjność inwestycyjna województw w latach 2005-2008.

		2005	2006	2007	2008
	Województwo	Lokata			
1	Śląskie	1	1	1	1
2	Mazowieckie	2	2	3	2
3	Dolnośląskie	4	3	2	3
4	Wielkopolskie	5	5	5	4
5	Małopolskie	3	4	4	5
6	Pomorskie	7	6	7	6
7	Łódzkie	6	7	6	7
8	Zachodniopomorskie	8	8	8	8
9	Lubuskie	10	10	10	9
10	Opolskie	9	9	9	10
11	Kujawsko-Pomorskie	12	11	11	11
12	Podkarpackie	11	13	12	12
13	Warmińsko-Mazurskie	13	12	13	13
14	Świętokrzyskie	14	14	14	14
15	Lubelskie	15	15	15	15
16	Podlaskie	16	16	16	16

Źródło: Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2008, IBnGR, Gdańsk 2008.

Porównując wyniki badania z 2008 roku z wynikami z lat ubiegłych, można zauważyć, że względna sytuacja województw Polski Wschodniej nie poprawia się. Województwa te niezmiennie zajmują ostatnie pięć miejsc w rankingach atrakcyjności inwestycyjnej. Wyjątek stanowi jedynie rok 2005, w którym Podkarpacie było dla inwestorów bardziej atrakcyjnym województwem niż województwo kujawsko-pomorskie. Nie zmieniła się natomiast ani razu kolejność województw w końcu tabeli. Najmniej atrakcyjnym regionem dla lokowania działalności gospodarczej przez cały czas było województwo podlaskie oraz kolejno województwo lubelskie i świętokrzyskie. Tego rodzaju negatywna stabilizacja jest oznaką braku dopływu do regionu pozytywnych impulsów rozwojowych. Wskutek tego pogłębia się dalsze niekorzystne zróżnicowanie między województwami w Polsce.

2.5 Mocne strony województw Polski Wschodniej w procesie przyciągania inwestorów zagranicznych

Województwa Polski Wschodniej zdecydowanie przegrywają z innymi województwami w dziedzinie przyciągania inwestorów zagranicznych. Za główne przyczyny można uznać słaby stopień rozwoju infrastruktury drogowej (brak autostrad i niedostatek dróg ekspresowych), słabe uprzemysłowienie i rolniczy charakter regionu oraz silniejsze ukierunkowanie polskiej gospodarki na kontakty gospodarcze z krajami Europy Zachodniej niż z krajami zza wschodniej granicy Polski. Niektóre czynniki, uważane obecnie za słabe strony regionu, w przyszłości mogą stać się jego atutami. Wśród powszechnie podkreślanych zalet Polski Wschodniej wymienia się:

- nadgraniczne położenie: granica z nowymi członkami UE – Litwą i Słowacją, oraz z byłymi krajami WNP (Rosją, Białorusią i Ukrainą),
- rządowe plany rozwoju dróg, zakładające przebieg przez województwa Polski Wschodniej dwóch autostrad i kilku dróg ekspresowych,
- wysoka jakość kapitału ludzkiego – obecność publicznych uczelni wyższych,
- atrakcyjna siła robocza – korzystna relacja kwalifikacje/cena,
- sprzyjające warunki dla rozwoju turystyki i agroturystyki,

- dobre miejsce do lokalizowania inwestycji ekologicznych i produkcji żywności ekologicznej,

Nadgraniczne położenie

Województwa Polski Wschodniej znajdują się obecnie w gorszej pozycji niż regiony z zachodniej części Polski. Klimat do inwestowania w województwie wielkopolskim czy dolnośląskim jest nieporównywalnie lepszy niż w którymkolwiek z województw Polski Wschodniej. W sytuacji, w której około jednej czwartej polskiego eksportu jest kierowane do Niemiec, krajowi i zagraniczni inwestorzy starają się lokować swoją działalność w możliwie bliskiej odległości od głównych zagranicznych rynków zbytu.

W momencie pojawienia się korzystnego klimatu politycznego (demokratyczne przemiany na Białorusi i poprawa relacji z Rosją), nastąpi dynamiczny wzrost znaczenia rynków wschodnich, jako rynków nienasyconych i posiadających duży potencjał rozwojowy. Województwa Polski Wschodniej staną się wtedy regionem dogodnym do rozpoczynania ekspansji gospodarczej do krajów byłego bloku radzieckiego. Rynki wschodnie już teraz zaczynają być postrzegane przez wiele firm zachodnioeuropejskich jako przyszłe docelowe miejsca dla unijnego eksportu. Województwa Polski Wschodniej, jako obecna wschodnia część Unii Europejskiej, będą więc stanowić znakomite miejsce do lokowania zakładów produkujących na potrzeby rynku rosyjskiego, ukraińskiego czy białoruskiego. Ponadto tereny wschodnich województw będą dobrym miejscem do powstawania centrów dystrybucyjnych i rozpoczynania działalności opartej o transport i logistykę. Polska Wschodnia – region leżący wzdłuż wschodniej granicy Unii Europejskiej – wykorzystuje ten atut obecnie w niskim stopniu.

Korzystne perspektywy rozwoju infrastruktury drogowej

Województwa Polski Wschodniej dysponują obecnie bardzo małą liczbą kilometrów dróg ekspresowych. Przez region nie przebiega również żadna z nielicznych w Polsce autostrad. Obecnie realizowane rządowe plany budowy dróg ekspresowych i autostrad zakładają wybudowanie w ciągu najbliższych pięciu lat ważnych dla regionu arterii drogowych:

- przez tereny województwa podkarpackiego będzie przebiegać autostrada A4 stanowiąca szlak tranzytowy między granicą Polski z Niemcami a granicą z Ukrainą,
- przez północną część województwa lubelskiego będzie przebiegać autostrada A2, łącząca zachodnią granicę Polski ze wschodnią granicą z Białorusią (wybudowanie autostrady do samej wschodniej granicy nastąpi prawdopodobnie dopiero w nowym okresie budżetowym Unii Europejskiej 2014-2020),
- do parametrów dróg ekspresowych zostanie dostosowana znaczna część niektórych dróg krajowych, m.in. DK7 łączącej Kielce i Olsztyn z Warszawą, DK8 łączącej Białystok z Warszawą oraz DK17 łączącej Lublin z Warszawą.

Ponadto w drugiej połowie przyszłej dekady mają szansę powstać, przebiegające przez województwa wschodnie, dwa ważne transeuropejskie szlaki transportowe: Via Baltica (granica z Litwą – Suwałki – Łomża – Warszawa) oraz Via Carpatia (granica z Białorusią – Białystok - Lublin – Rzeszów – granica ze Słowacją).

Obecny stan dróg krajowych, przebiegających wzdłuż najważniejszych szlaków tranzytowych w regionie, charakteryzuje się zbyt słabą przepustowością względem bieżącego natężenia ruchu. Jest to jeden z głównych czynników zniechęcających do lokowania inwestycji w Polsce Wschodniej. Powstanie wymienionych wyżej dróg ekspresowych i autostrad połączy tereny Polski Wschodniej z ogólnopolską siecią dróg szybkiego ruchu. W ciągu najbliższych kilku lat, działki leżące wzdłuż przyszłych arterii (przy jednocześnie relatywnie niskich cenach gruntu) powinny stać się terenami szczególnie pożądanymi przez inwestorów. Cały region zaś powinien istotnie poprawić swoją ogólną atrakcyjność inwestycyjną.

Wykształcona siła robocza

Polska Wschodnia jest uważana za region, w którym można zatrudnić dobrze wykształconych i wykwalifikowanych pracowników za relatywnie niską cenę. Wysokie kwalifikacje zapewniają względnie dobrze rozwinięte ośrodki akademickie: głównie Lublin, Rzeszów i Białystok. Łącznie na terenie Polski Wschodniej znajduje się dwanaście uczelni publicznych: cztery uniwersytety, cztery politechniki i cztery akademie (w tym rolna i medyczna). Jednocześnie poziom wynagrodzeń w województwach Polski Wschodniej należy do najniższych w kraju. Według danych GUS przeciętne miesięczne wynagrodzenie w 2008 roku stanowiło:

- w województwie warmińsko-mazurskim – 82,8 procent średniej krajowej,
- w województwie podkarpackim – 82,8 procent,
- w województwie świętokrzyskim – 86,9 procent,
- w województwie lubelskim – 87,8 procent,
- w województwie podlaskim – 88,1 procent.

Niskie koszty siły roboczej przy jednocześnie wysokim stopniu kwalifikacji stanowią dla inwestorów zagranicznych optymalną i szczególnie pożądaną kombinację. Jakość tego czynnika jest szczególnie istotna przy podejmowaniu inwestycji w sektorach pracochłonnych, w których główną część kosztów stanowią wynagrodzenia pracowników. Jest to niewątpliwy atut regionu, szczególnie w sytuacji, gdy strategiczne dla Polski Wschodniej sektory, są sektorami odznaczającymi się relatywnie dużym udziałem pracy: np. niektóre branże z sektora rolno-spożywczego, przemysł drzewny i meblarski. Pracochłonnym sektorem jest także szeroko pojęty sektor usług. Do branż usługowych, które mają wyjątkowo korzystne warunki do rozwoju w Polsce Wschodniej, należy przede wszystkim zaliczyć turystykę – głównie ze względu na walory naturalne i rolniczy charakter regionu – oraz usługi z zakresu obsługi biznesu (np. Business Process Outsourcing). W szczególności ta ostatnia forma działalności nabiera coraz większego znaczenia w całej gospodarce światowej. W okresie poszukiwania niskich kosztów przedsiębiorstwa coraz częściej rezygnują z części zadań niezwiązanych bezpośrednio z podstawową działalnością firmy na rzecz wyspecjalizowanych firm zewnętrznych. Polska na rynkach międzynarodowych jest postrzegana jako kraj dysponujący zasobami wykształconej i taniej siły roboczej. W procesie przyciągania inwestycji typu BPO, województwa Polski Wschodniej mogą więc się prezentować szczególnie korzystnie.

Ekologiczne warunki prowadzenia działalności gospodarczej

Stan środowiska naturalnego w Polsce Wschodniej sprzyja lokowaniu działalności opartej o wykorzystanie ekologicznych walorów regionu. Wschodnie województwa jako tereny słabo uprzemysłowione odznaczają się relatywnie wysokim stopniem czystości środowiska naturalnego: wód, lasów, powietrza, gleby. Ekologiczna atrakcyjność regionu, przy odpowiednim wsparciu promocyjnym, może stać się jednym z czynników przyciągających inwestorów.

Do działalności, które mogłyby się rozwijać z wykorzystaniem naturalnego charakteru regionu, należą przede wszystkim agroturystyka i produkcja zdrowej żywności. Ponadto czyste i atrakcyjne środowisko naturalne sprzyja lokowaniu obiektów sportowych, kurortów promujących zdrowy tryb życia, uzdrowisk, placówek odnowy biologicznej itp.

W dobie obecnego rozwoju cywilizacyjnego coraz częściej jest preferowany wypoczynek na terenach słabo zurbanizowanych i odznaczających się małym stopniem ingerencji człowieka w środowisko naturalne. Znaczna część terenów Polski Wschodniej jest jeszcze słabo wyposażona w bazę noclegową. Ekologiczna atrakcyjność inwestycyjna Polski Wschodniej mogłaby stać się czynnikiem przyciągającym inwestorów z sektora turystycznego. Skorzystałyby wtedy na tym nie tylko Warmia i Mazury, ale także Podlasie czy Lubelszczyzna, które mimo że są mniej atrakcyjne turystycznie to należą do terenów o dużej czystości środowiska naturalnego.

2.6 Priorytetowe rynki zagraniczne w procesie przyciągania inwestycji do Polski Wschodniej

W Polsce Wschodniej najwięcej zaangażowano kapitału pochodzącego z Francji – około 2,4 mld złotych, co stanowi 34 procent ogółu kapitału zagranicznego ulokowanego w całym regionie. Duży udział kapitału francuskiego wynika przede wszystkim z obecności polskiego oddziału koncernu Michelin w województwie warmińsko-mazurskim oraz Cementowni Małogoszcz w województwie świętokrzyskim należącej do francuskiego koncernu Lafarge.

Na drugim miejscu znalazła się Holandia z kapitałem w wysokości ponad 1,5 mld zł (22 procent zagranicznego kapitału zaangażowanego w Polsce Wschodniej). Do najważniejszych firm z udziałem holenderskiego kapitału zaliczyć należy należące do koncernu DS. Smith zakłady produkcji opakowań w Świętokrzyskiem oraz Zakłady Schmidt Polska produkujące m.in. pługi odśnieżające.

Tabela 2.9 Kapitał zagraniczny w Polsce Wschodniej według najważniejszych krajów pochodzenia w 2007 roku

Kraj	mln zł	Lubelskie	Podkarpackie	Podlaskie	Świętokrzyskie	Warmińsko-mazurskie
Francja	2 416,9	77,2	332,1	112,1	812,3	1 083,2
Holandia	1 539,7	95,8	87,4	13,4	1 339,9	3,2
Niemcy	847,8	136,0	425,6	85,4	108,0	92,8
Luksemburg	337,6	44,9	290,3	#	#	2,4
Stany Zjedn.	268,8	90,8	124,4	3,2	0,2	50,2
Belgia	252,5	8,9	5,1	0,2	223,3	15,0
Cypr	196,5	14,7	145,7	1,6	34,5	#
Włochy	186,1	51,3	63,8	#	47,8	23,2
Hiszpania	138,6	4,9	22,0	-	111,7	#
Wielka Brytania	127,6	1,3	10,7	0,5	112,4	2,7
Austria	98,9	35,6	52,1	#	#	11,2
Szwajcaria	81,5	43,7	#	-	#	37,8
Szwecja	26,5	13,9	6,3	5,3	#	1,0
Dania	21,5	5,6	9,7	#	0,2	6,0
Suma	6 540,5	624,6	1 575,2	221,7	2 790,3	1 328,7
Polska Wschodnia	7 043,9	699,0	1 731,1	259,8	2 979,6	1 374,4
PW=100%	93%	89%	91%	85%	94%	97%

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

Trzecim krajem pod względem wysokości zaangażowanego kapitału w Polsce Wschodniej są Niemcy (12 procent). Ponad połowa kapitału niemieckiego została ulokowana w województwie podkarpackim. Znajdują się tam m.in. trzy niemieckie zakłady produkujące części samochodowe – Kirchhoff, Federal Mogul oraz ATS Stahlschmidt & Maiworm.

93 procent kapitału zagranicznego zaangażowanego w Polsce Wschodniej pochodzi z 14 krajów, które dominują również w strukturze kapitału zagranicznego ulokowanego w przedsiębiorstwach w całej Polsce. Blisko 70 procent zagranicznego kapitału ulokowanego w regionie pochodzi od wskazanych wyżej trzech krajów: Francji, Holandii i Niemiec.

Od wejścia Polski do Unii Europejskiej, w województwach Polski Wschodniej, w wartościach bezwzględnych najbardziej wzrosło zaangażowanie kapitału francuskiego. Kapitał podstawowy podmiotów w regionie zwiększył się o 1793 mln złotych. Wyraźnie wzrosło także zaangażowanie kapitału hiszpańskiego (o 133,5 mln zł) i niemieckiego (o 123 mln zł).

Tabela 2.10 Tempo wzrostu zaangażowania kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej w latach 2004-2007 według krajów pochodzenia

Kraj	2004	2007	2007/2004	2007-2004
Hiszpania	5,1	138,6	2618%	133,5
Francja	623,8	2416,9	287%	1793,1
Szwecja	19,4	26,5	37%	7,1
Luksemburg	255	337,6	32%	82,6
Włochy	145,4	186,1	28%	40,7
Niemcy	725,1	847,8	17%	122,7
Stany Zjednoczone	234,8	268,8	14%	34,0
Wielka Brytania	118	127,6	8%	9,6
Austria	102,7	98,9	-4%	-3,8
Belgia	333,1	252,5	-24%	-80,6
Holandia	2033,1	1539,7	-24%	-493,4
Szwajcaria	147,3	81,5	-45%	-65,8
Dania	137,2	21,5	-84%	-115,7
Cypr	b.d	196,5	b.d	196,5

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

W wartościach względnych najbardziej wzrosła wartość kapitału hiszpańskiego. Przyczyną tak dynamicznego wzrostu był właściwie brak wcześniejszego zaangażowania kapitału z Hiszpanii w podmioty działające w Polsce Wschodniej. Z kolei niemal trzykrotnie zwiększyła się wysokość kapitału francuskiego zaangażowanego w podmioty w regionie, głównie za sprawą jego wzrostu w województwie warmińsko-mazurskim. Dość dynamicznie wzrastało także zaangażowanie kapitału ze Szwecji (37 procent), Luksemburga (32 procent) i Włoch (28 procent). Wśród najważniejszych krajów pojawił się także Cypr, głównie za sprawą inwestycji w zakłady przetwórstwa drzewnego Kronospan na Podkarpaciu.

Pięć krajów zmniejszyło swoje zaangażowanie w podmiotach w Polsce Wschodniej. Najbardziej zmniejszyła się wysokość zaangażowania kapitału ze Szwajcarii (o 45 procent) i Danii (o 84 procent).

Tabela 2.11 Kapitał zagraniczny w Polsce i Polsce Wschodniej według najważniejszych krajów pochodzenia w 2007 roku

Kraj	Polska Wschodnia	Polska	Współczynnik zaangażowania (PW/P)
Francja	34,3%	18,1%	1,89
Holandia	21,9%	24,0%	0,91
Niemcy	12,0%	17,6%	0,68
Luksemburg	4,8%	3,4%	1,40
Stany Zjednoczone	3,8%	3,9%	0,98
Belgia	3,6%	2,8%	1,28
Cypr	2,8%	2,1%	1,35
Włochy	2,6%	2,9%	0,90
Hiszpania	2,0%	3,6%	0,55
Wielka Brytania	1,8%	3,4%	0,54
Austria	1,4%	1,7%	0,82
Szwajcaria	1,2%	3,2%	0,36
Szwecja	0,4%	2,6%	0,15
Dania	0,3%	3,2%	0,10
Pozostałe	7,1%	7,6%	0,93
	100,0%	100,0%	-

Źródło: Działalność podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego 2001-2008, GUS

W Polsce Wschodniej zaangażowanie kapitału z czterech krajów jest wyższe niż przeciętnie w całej Polsce (wartości współczynnika zaangażowania powyżej jedności). Są to Francja, Luksemburg, Cypr i Belgia. Względnie wysokie jest także zaangażowanie kapitału amerykańskiego (0,98), holenderskiego (0,91) i włoskiego (0,90).

W celu określenia priorytetowych rynków dla przyciągania inwestycji do Polski Wschodniej posłużono się analizą wielokryterialną. Za najważniejsze dla Polski Wschodniej (jako miejsca do lokowania inwestycji) według różnych kryteriów uznane następujące kraje:

- ze względu na relatywnie wysoki (na tle kraju) stopień zaangażowania kapitału w podmioty z udziałem kapitału zagranicznego: Francję, Luksemburg, Cypr i Belgię oraz Stany Zjednoczone, Holandię i Włochy,
- ze względu na duży udział w kapitale zaangażowanym w podmioty w regionie (od 2 procent): Francję, Holandię, Niemcy, Luksemburg, Stany Zjednoczone, Belgię, Cypr, Włochy, Hiszpanię,
- ze względu na dodatnią dynamikę wzrostu zaangażowania kapitału w ostatnich latach podmioty w regionie: Hiszpanię, Francję, Szwecję, Luksemburg, Włochy, Niemcy, Stany Zjednoczone, Wielką Brytanię oraz Cypr,
- ze względu na kraj pochodzenia największych inwestorów: Niemcy, Stany Zjednoczone, Francję, Holandię, Szwecję, Japonię, Austrię, Belgię, Danię, Włochy Wielką Brytanię.

Trzy kraje zostały wymienione przy każdym z czterech kryteriów: Francja, Stany Zjednoczone i Włochy. Przy tak zastosowanym podejściu, te kraje wydają się być priorytetowe z punktu widzenia promocji Polski Wschodniej. Jest to jednak bardzo wąski zbiór i wydaje się należałoby go poszerzyć co najmniej o Niemcy i kraje Beneluksu. Należy również podkreślić, że przy małym zaangażowaniu inwestorów zagranicznych w regionie, lista krajów do których zostaną skierowane działania promocyjne, powinna być jak najdłuższa i w miarę możliwości obejmować także pozostałe kraje, które zostały wymienione przy każdym z przedstawionych wyżej kryteriów.

2.7 Priorytetowe sektory w procesie przyciągania inwestycji zagranicznych do Polski Wschodniej

Jednym z dostępnych źródeł informacji o sektorach, w których najchętniej lokują swój kapitał inwestorzy zagraniczni jest baza największych inwestorów PAIilZ SA. Według danych z końca sierpnia 2009 roku, do sektorów, w których odnotowano największą skalę działalności z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce Wschodniej należą:

- sektor rolno-spożywczy – 17 procent podmiotów,
- sektor produkcji wyrobów z surowców niemetalicznych – 13 procent,
- przemysł maszynowy – 11 procent,
- przemysł chemiczny (wraz z gumowym) – 10 procent,
- przemysł drzewno-papierniczy – 9 procent,
- przemysł motoryzacyjny – 9 procent,
- przemysł meblarski – 6 procent,
- przemysł energetyczny i paliwowy – 6 procent,
- przemysł metalowy – 5 procent.

Wymienione wyżej sektory leżą w głównym obszarze zainteresowania inwestorów zagranicznych, rozpoczynających działalność w Polsce Wschodniej.

Kolejnym źródłem informacji o zaangażowaniu sektorowym kapitału zagranicznego w regionach są sprawozdania z działalności specjalnych stref ekonomicznych. W województwach Polski Wschodniej znajdują się obszary, objęte zakresem funkcjonowania 5 stref: warmińsko-mazurskiej, suwalskiej, starachowickiej, mieleckiej i tarnobrzeskiej.

Według sprawozdania z działalności stref na koniec 2008 roku, dominowały w nich następujące sektory:

- mielecka: przemysł drzewny (Kronospan Mielec sp. z o.o.), przemysł motoryzacyjny (np. Kirchhoff Polska sp. z o.o), przemysł meblarski,
- starachowicka: papierniczy (np. RR Donnelley), produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych, metalowy,
- suwalska: drzewny (np. Pfeleiderer Grajewo S.A.), produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych, metalowy,
- tarnobrzaska: elektryczny (głównie ulokowany w podstrefie Wrocław-Kobierzyce), metalowy, papierniczy,
- warmińsko-mazurska: przemysł gumowy (np. Michelin Polska S.A.), przemysł elektryczny (np. LG Electronics Mława sp. z o.o. – województwo mazowieckie), przemysł meblarski.

Oczywiście nie we wszystkich wymienionych sektorach dominuje kapitał zagraniczny. Niemniej jednak zestawienie to pokazuje, które gałęzie gospodarki cieszą się największym zainteresowaniem inwestorów w najbardziej korzystnych lokalizacjach w Polsce Wschodniej. Po porównaniu tych informacji z rozkładem sektorowym i terytorialnym największych inwestorów zagranicznych oraz ze strukturą przemysłu w regionie (podrozdział 1.3), można wskazać dla każdego z województw takie sektory, dla których działania mające na celu pozyskanie inwestora miałyby relatywnie wysokie prawdopodobieństwo powodzenia:

- województwo lubelskie: sektor rolno-spożywczy, przemysł meblarski, przemysł motoryzacyjny
- województwo podkarpackie: przemysł motoryzacyjny i lotniczy, przemysł metalowy, przemysł drzewno-papierniczy,
- województwo podlaskie: sektor rolno-spożywczy, przemysł drzewno-papierniczy,
- województwo świętokrzyskie: produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych (ceramiczny, produkcja materiałów budowlanych), przemysł metalowy,
- województwo warmińsko-mazurskie: przemysł meblarski, drzewno-papierniczy, rolno-spożywczy.

Sektor rolno-spożywczy został w trzech województwach uznany za sektor największej szansy (lubelskie, podlaskie, warmińsko-mazurskie). Z kolei po dwa województwa przypadło na przemysł drzewno-papierniczy (podkarpackie, podlaskie) i meblarski (lubelskie, warmińsko-mazurskie). Znaczenie tych sektorów dla tych województw Polski Wschodniej jest m.in. podyktowane relatywnie dużym udziałem w regionie użytków rolnych i gruntów leśnych i opartej o nie gospodarce rolnej i drzewnej. Pozostałe przemysły jak: metalowy, motoryzacyjny i produkcja wyrobów z surowców niemetalicznych są skupione głównie w województwie świętokrzyskim i podkarpackim, czyli obszarach odznaczających się innym ukształtowaniem terenów i lepszym wyposażeniem w surowce mineralne.

Po zestawieniu priorytetowych sektorów z priorytetowymi rynkami zagranicznymi otrzymano macierz relacji (tabela 2.10) między najważniejszymi gałęziami gospodarczymi województw Polski Wschodniej a rynkami, na których szansa pozyskania inwestora byłaby względnie wysoka. Kolumny macierzy reprezentują sześć krajów priorytetowych oraz pięć krajów o mniejszym priorytecie, które ze względu na obecny stopień zaangażowania inwestorów z tych krajów w Polsce Wschodniej zostały również uwzględnione. Wiersze macierzy reprezentują sześć sektorów priorytetowych dla Polski Wschodniej oraz dwa sektory mające nieco mniejszy priorytet, ale również odznaczające się względnie dużym potencjałem w zakresie przyciągania zagranicznych inwestorów.

Elementy macierzy przyjmują jedną z 3 wartości:

- 0 – w przypadku małego prawdopodobieństwa pozyskania inwestora zagranicznego dla danego sektora w danym kraju,
- 1 – w przypadku średniego prawdopodobieństwa sukcesu,
- 2 – w przypadku dużego prawdopodobieństwa sukcesu.

Tabela 2.12 Macierz relacji sektor-rynek

	Francja	Stany Zjednoczone	Włochy	Niemcy	Holandia	Belgia	Austria	Dania	Wielka Brytania	Szwecja	Szwajcaria
Sektor rolno-spożywczy	1	1	2	2	1	1	0	0	2	0	0
Przemysł drzewno-papierniczy	0	2	0	2	1	0	2	0	1	1	0
Przemysł meblarski	0	0	0	2	0	0	2	0	1	1	2
Przemysł metalowy	0	2	1	1	0	0	0	1	0	1	0
Przemysł motoryzacyjny i lotniczy	2	1	1	2	0	0	0	0	1	0	0
Produkcja wyrobów z sur. niemet.	1	1	0	2	2	1	0	1	2	0	0
Przemysł maszynowy	0	2	1	1	1	0	0	0	0	1	0
Przemysł chemiczny i gumowy	2	1	0	1	2	0	1	0	0	1	1

Źródło: Oceny eksperckie IBnGR

Od strony rynkowej największe szanse na pozyskanie inwestorów zagranicznych daje promowanie priorytetowych sektorów na rynkach niemieckim i amerykańskim, a także holenderskim, francuskim i brytyjskim (najwyższe sumy elementów kolumn). Z kolei podczas promocji na priorytetowych rynkach, największe wydaje się być prawdopodobieństwo pozyskania inwestora zagranicznego dla sektora rolno-spożywczego, drzewno-papierniczego, chemicznego i produkcji wyrobów z surowców niemetalicznych.

2.8 Sposoby pozyskiwania inwestorów na tle doświadczeń zagranicznych

O zainteresowaniu inwestorów zagranicznych danym regionem decyduje zwykle jego atrakcyjność inwestycyjna. Przez atrakcyjność inwestycyjną rozumie się zwykle ogół cech kraju lub regionu skłaniających inwestorów do jego wyboru na lokalizację inwestycji. Atrakcyjność jest więc kształtowana przez szeroki wachlarz czynników zachęcających, bądź zniechęcających bezpośrednio do prowadzenia działalności gospodarczej.

Do głównych grup czynników, wyznaczających atrakcyjność inwestycyjną kraju na arenie międzynarodowej, należą: uwarunkowania makroekonomiczne (m.in. wielkość rynku, stabilność gospodarcza i polityczna, podatki, jakość siły roboczej), jakość instytucji państwowych (jakość systemu prawnoinstytucjonalnego, regulacje, współpraca z władzami na szczeblu rządowym i lokalnym, działalność agencji promocyjnych) oraz jakość infrastruktury (drogi, sieci teleinformatyczne, media). Część wymienionych czynników ma charakter ogólnokrajowy – oceny ich są więc *de facto* niezależne od uwarunkowań regionalnych. Do czynników tych należą m.in.: stabilność polityczna, system podatkowy, koszty pracy, przepisy prawa, współpraca z władzami centralnymi czy też złożoność procedur związanych z zakładaniem nowych firm.

Z badania ankietowego przeprowadzonego przez IBnGR wśród zagranicznych inwestorów⁴ wynika, że do głównych czynników, które spowodowały, że inwestorzy ci podjęli decyzję o rozpoczęciu inwestycji w Polsce, należały m.in.:

- położenie geograficzne (na ten czynnik wskazało 72 procent inwestorów),
- dostępność siły roboczej (69 procent),
- kwalifikacje siły roboczej (69 procent),
- członkostwo Polski w Unii Europejskiej (66 procent),
- niskie koszty pracy (63 procent).

Mniejsze znaczenie przy podejmowaniu decyzji o ulokowaniu inwestycji w Polsce miały m.in.: stabilność polityczna (44 procent) i stabilne ustawodawstwo (38 procent), pakiet ulg inwestycyjnych (41 procent) oraz perspektywy rozwojowe polskiego rynku (38 procent). Pozostałe czynniki, takie jak infrastruktura, czy niskie podatki odgrywały znacznie mniejszą rolę niż można było oczekiwać. Można więc stwierdzić, że wpływ regionów na jakość większości czynników, decydujących o ich atrakcyjności inwestycyjnej jest ograniczony. Zestaw głównych czynników wpływających na wybór lokalizacji inwestycji przez inwestora zagranicznego w podziale na zależne i niezależne od władz samorządowych zaprezentowano w tabeli 2.13

Tabela 2.13 Czynniki wpływające na wybór lokalizacji inwestycji przez inwestora zagranicznego.

Czynniki zależne od władz samorządowych	Czynniki niezależne od władz samorządowych
<ul style="list-style-type: none"> - jasne, spójne, przejrzyste przepisy prawne obowiązujące na terenie działania władz samorządowych, - lokalne zachęty inwestycyjne, - dobra infrastruktura, - właściwa promocja miasta, gminy, województwa zachęcająca do inwestowania, - kreowanie korzystnej opinii wśród inwestorów zagranicznych na temat inwestowania w regionie, - pomoc dla inwestorów w załatwianiu formalności – sprawność i jakość obsługi. 	<ul style="list-style-type: none"> - położenie geograficzne, - instrumenty makroekonomiczne wykorzystywane przez państwo, - opinie na świecie na temat inwestowania w danym kraju, - ogólnokrajowe zachęty inwestycyjne.

Źródło: M. Stawicka, „Atrakcyjność inwestycyjna Polski”, CeDeWu, Warszawa 2008, str.195.

Regiony dysponują właściwie ograniczonym instrumentarium w zakresie przyciągania inwestorów zagranicznych. Efektywność tych instrumentów jest również mniejsza niż w przypadku narzędzi leżących w gestii władz centralnych, które decydują m.in. o wysokości podatków, o przyznaniu pomocy publicznej, czy o lokalizacji specjalnych stref ekonomicznych. Sama skuteczność działań podejmowanych przez władze lokalne zależy wyłącznie od stopnia ich aktywności i ich dalszej konsekwencji w prowadzeniu polityki proinwestycyjnej.

Wydaje się, że największym stopniem efektywności, w zakresie przyciągania inwestorów zagranicznych do regionu, odznaczają się działania zmierzające do likwidacji barier administracyjnych. Bariery te dość często wydłużają początkowy okres współpracy potencjalnego inwestora z władzami regionalnymi. Długi okres oczekiwania przez inwestora na wiążące decyzje, umożliwiające rozpoczęcie realizacji inwestycji, skutkuje często rezygnacją z podejmowania aktywności gospodarczej w regionie.

⁴ „Raport z badania satysfakcji inwestorów z usług świadczonych przez PAIIZ S.A. w okresie od 1 czerwca do 31 października 2007”, Warszawa, grudzień 2007.

Barier administracyjnych i przyczyn ich powstawania jest wiele. Wymienić tu można m.in. niejasne i skomplikowane przepisy prawne, brak planów zagospodarowania przestrzennego, niskie kompetencje i brak decyzyjności urzędniczej. Elementem likwidacji barier administracyjnych powinno być też wcześniejsze uzbrojenie w media terenów przeznaczonych pod inwestycje. Działki te powinny mieć też uregulowany status prawny, dzięki czemu będzie możliwe ich szybkie przekazanie inwestorowi.

Kolejną grupę działań, leżącą w gestii regionów, stanowią wszelkie działania promocyjno-informacyjne. Do najważniejszych form tego rodzaju aktywności należy zaliczyć:

- promocję inwestycji w regionie,
- dostarczanie inwestorom kompleksowej informacji o regionie,
- budowę przyjaznego inwestorom wizerunku regionu,
- opiekę nad inwestycją ze strony regionalnego biura obsługi inwestorów, zarówno w fazie planowania, wykonania jak i po zakończeniu inwestycji.

W przypadku działań promocyjnych główny ciężar polityki informacyjnej i promocyjnej spoczywa na narodowych i regionalnych instytucjach zajmujących się promocją inwestycji. Inwestor zainteresowany ulokowaniem kapitału zwykle potrzebuje szybkiej i kompleksowej informacji dotyczącej uregulowań prawno-podatkowych w regionie, sytuacji gospodarczej, stopnia rozwoju infrastruktury oraz dostępnych form wsparcia ze strony władz lokalnych i regionalnych instytucji promujących inwestycje. Jedną z najbardziej skutecznych form prezentacji tego rodzaju informacji jest odpowiednio zbudowana strona internetowa. Z badania przeprowadzonego przez IBnGR wynika, że przykładowo strona internetowa Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych jest pierwszym źródłem informacji dla co drugiego inwestora zagranicznego, który poszukuje informacji Polsce⁵. Często też na podstawie wstępnych informacji z Internetu inwestorzy podejmują dalsze decyzje dotyczące procesu inwestycyjnego. Witryna taka powinna m.in. odznaczać się następującymi cechami:

- dobre pozycjonowanie strony w wyszukiwarkach internetowych (obecność adresu www regionu wśród pierwszych wyników podczas poszukiwania informacji o atrakcyjnych lokalizacjach do rozpoczęcia inwestycji w Polsce; wysoka pozycja w takich wyszukiwarkach przyczynia się do wzrostu skuteczności dotarcia z ofertą inwestycyjną do inwestora),
- wykonanie strony w wielu językach (normą powinno być wykonanie strony internetowej nie tylko w języku angielskim ale także w innych językach; nacisk należy tu położyć na języki krajów, będących liderami inwestycji zagranicznych oraz krajów, w których dobrze są rozwinięte sektory mające duże znaczenie dla gospodarki regionu),
- przejrzystość i logiczność konstrukcji strony (poruszanie się po stronie powinno być intuicyjne, zbyt skomplikowana i niejasna konstrukcja nie robi dobrego wrażenia i zniechęca inwestorów),
- zawartość merytoryczna strony (strona powinna zawierać szeroki zakres informacji, zarówno tych ogólnych (np. główne informacje o kraju i regionie, stylu życia mieszkańców, edukacji), jak i bardziej szczegółowych i fachowych (np. oferta biura promocji inwestycji opiekującego się danym regionem, informacje o dostępnych ulgach inwestycyjnych, analizy sektorowe, obowiązujące prawo).

Poza promowaniem regionu za pośrednictwem strony internetowej, regionalne biura promocji inwestycji powinny aktywnie uczestniczyć w kampaniach promujących inwestycje. Mogą to być kampanie zarówno zorganizowane przez samo biuro, jak i zorganizowane przez inne instytucje (izby handlowe, organizacje promujące handel zagraniczny). Bardzo skuteczną formą promocji i docierania do inwestorów jest udział agencji promocji inwestycji w różnego rodzaju targach, konferencjach, wystawach i forach biznesowych w kraju i za granicą.

⁵ „Raport z badania satysfakcji inwestorów z usług świadczonych przez PAIiZ S.A. w 2008 roku”, Warszawa, grudzień 2008.

Uczestnictwo w takich wydarzeniach jest niewątpliwą okazją do promocji regionu oraz przedstawienia w bezpośredni sposób swojej oferty potencjalnym inwestorom.

Należy także podkreślić, że biura promocji nie powinny się ograniczać wyłącznie do przedstawiania informacji na poziomie ogólnym. W ślad za informacjami wprowadzającymi i zachęcającymi do inwestycji, powinny iść informacje bardziej szczegółowe. Muszą one obejmować informacje dotyczące sytuacji ekonomicznej panującej w głównych sektorach w regionie (podstawowe informacje o wynikach ekonomicznych, o potencjalnej konkurencji, możliwych kooperantach i dostępnych zasobach ludzkich). Ponadto bardzo ważnymi i szczególnie poszukiwanymi są informacje dotyczące pomocy finansowej jaką inwestor może otrzymać.

Dobre biura promocji inwestycji nie powinny też ograniczać się wyłącznie do prezentowania informacji o możliwych formach wsparcia finansowego ze strony władz publicznych, ale także powinny kompleksowo informować o możliwościach pozyskania finansowania ze źródeł niepublicznych (np. może prezentować aktualną ofertę kredytów inwestycyjnych dostępnych na rynku). Należy też podkreślić, że skuteczność działań promocyjnych będzie zawsze się zwiększała w miarę wzrostu kompleksowości przekazywanych informacji i zwiększania zakresu działań proinwestycyjnych. Do niestandardowych form wsparcia inwestorów mogłyby należeć:

- wyszukiwanie i rekomendowanie inwestorom lokalnych partnerów biznesowych,
- dokonywanie rekomendacji terenów inwestycyjnych i sektorów, w które warto za-inwestować (czyli takich, które by odznaczały się jednocześnie dużym potencjałem rozwojowym i niskim ryzykiem inwestycyjnym),
- prowadzenie szkoleń na temat różnych etapów prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce (nt. zakładania firmy, starania się o granty, prowadzenia księgowości itp.),
- opracowanie poradników rozpoczynania działalności w głównych sektorach w regionie,
- opracowanie księgi case'ów, w której zostałyby opisane doświadczenia zagranicznych firm już działających w regionie.

Wymienione wyżej metody dotarcia do inwestorów są metodami „pierwszego kontaktu”, bardzo ważny więc w nich jest aspekt wizerunkowy. Przejawia się on w prezentowaniu danego kraju czy regionu jako przyjaznego, o wysokim potencjale gospodarczym i gwarantującego powodzenie inwestycji. Ważne jest też wytworzenie w zainteresowanym inwestorze wrażenia, że jego potrzeby nie są ignorowane oraz że w pokonywaniu wszelkich trudności, związanych z realizacją procesu inwestycyjnego uzyska on natychmiastową pomoc.

Jednym z rozwiązań wzmacniających pozytywny wizerunek regionu byłoby przyjęcie zwyczaju każdorazowego wyznaczenia osoby lub osób odpowiedzialnych za współpracę z inwestorem, czyli tzw. regionalnych managerów projektu dla których priorytetem byłaby obsługa inwestora w ramach jego kontaktów z urzędami i władzami lokalnymi. Tego rodzaju managerowie powinni mieć doświadczenie w obsłudze projektów inwestycyjnych oraz powinni posiadać uprawnienia do podejmowania prostych decyzji, tak aby pewne etapy procesu inwestycyjnego mogły przebiegać w miarę sprawnie.

Wskazane jest także opracowanie w regionalnych agencjach i urzędach, kodeksu dobrych praktyk w kontaktach z inwestorami. Kodeks ten powinien jasno określać jak powinny wyglądać relacje na linii inwestor – urzędnik/manager. Często ma miejsce sytuacja, że inwestorzy, także inwestorzy zagraniczni, bywają traktowani jak przysłowiowi petenci. Do dobrych praktyk powinna także należeć dalsza opieka nad inwestorem, nawet po zakończeniu wstępnego etapu inwestycji (*aftercare*). Działanie takie miałyby na celu utrzymanie inwestora i powstrzymanie przed ewentualną zmianą lokalizacji.

Inną grupę efektywnych praktyk przyciągania inwestorów stanowią te, z którymi wiąza się stosunkowo znaczne nakłady finansowe. Zalicza się do nich:

- tworzenie specjalnych stref ekonomicznych dla nowych inwestorów,
- granty,
- fundusze wspierające powstawanie klastrów.

W celu zachęcenia inwestorów do prowadzenia działalności w danym regionie, tworzy się specjalne parki i uprzywilejowane strefy dla nowych inwestorów (*Special Economic Zone* – SEZ). Przedsiębiorstwo funkcjonujące w ramach takiej strefy może zwykle liczyć na wieloletnią pomoc publiczną. Krajami, w których taka forma przyciągania inwestorów przyniosła wymierne efekty są niewątpliwie Chiny, Indie, Indonezja i Korea Południowa. Działanie przedsiębiorstw w ramach specjalnej strefy ekonomicznej może przynieść inwestorom bezpośrednie korzyści finansowe w postaci zwolnień podatkowych, a dla regionu nowe miejsca pracy. W Polsce funkcjonuje obecnie 14 specjalnych stref ekonomicznych. Stopień wykorzystania dostępnych na ich terenie gruntów sięga około 70 procent. Tworzenie tych stref leży jednak wyłącznie w gestii władz centralnych, niemniej jednak działanie to sprzyja w pewnym stopniu przyciąganiu do regionów inwestorów zagranicznych.

Inną formą *stricte* finansowego przyciągania inwestorów są granty oferowane przez lokalne i regionalne instytucje promujące inwestycje. Przykładami tej formy wsparcia są granty na nowe miejsca pracy, zakup środków trwałych, szkolenia pracowników i granty badawczo-rozwojowe. Granty na tworzenie nowych miejsc pracy są najbardziej powszechnym narzędziem wspierającym inwestycje. W zamian za grant przedsiębiorstwo zobowiązuje się do stworzenia i utrzymania przez określony czas pełnoetatowego stanowiska. Regiony stosujące to rozwiązanie, kierują się koniecznością poprawy sytuacji na lokalnym rynku pracy, stąd też ten rodzaj grantu jest najczęściej wykorzystywany w regionach o wysokim bezrobociu. Przyznawane są także granty szkoleniowe, przeznaczane na przekwalifikowanie nowych pracowników. Jest to dość efektywne rozwiązanie w regionach dotkniętych bezrobociem strukturalnym. Z kolei granty badawczo-rozwojowe, przyznawane głównie w regionach stawiających na innowacyjność, mogą być przeznaczone na pokrycie kosztów personelu, wyposażenia, nieruchomości, patentów czy konsultacji.

Bardzo efektywną i coraz częściej wykorzystywaną formą pomocy inwestorom jest dofinansowywanie powstawania i funkcjonowania klastrów. Inwestorzy chętnie wybierają tę formę geograficznej koncentracji działalności gospodarczej, gdyż bezpośrednią bliskość dostawców półproduktów i odbiorców swoich produktów finalnych, uznają za bardzo korzystny czynnik z punktu widzenia przyszłego prowadzenia działalności gospodarczej. O ile powstawanie klastrów jest bardzo często wynikiem działania sił rynkowych, a nie odgórną inicjatywą władz, to jego promocja i wsparcie finansowe stanowi ważny element polityki przyciągania inwestycji do regionów. Aktywna rola przedstawicieli regionu w kontaktach między potencjalnymi współpracownikami (przedsiębiorstwami już działającymi w klastrze a ewentualnym nowym inwestorem, czy też między przedsiębiorstwami a światem nauki) może pozytywnie wpłynąć na powiększenie się klastra i wzrost jego siły konkurencyjnej. Takie rozwiązania są stosowane w praktyce (model duński klastra), a przedstawicielem regionu w kontaktach z klastrem i wewnątrz niego jest broker sieciowy.

Analizując najistotniejsze czynniki determinujące napływ inwestycji, jeszcze raz należy podkreślić należy, że najbardziej istotne dla potencjalnego inwestora wydają się być uwarunkowania makroekonomiczne danego kraju. Inne czynniki, mające także wpływ na przyciąganie inwestycji, a leżące w gestii narodowych i regionalnych biur promocji inwestycji zostały opisane powyżej. Na ich wykorzystywaniu powinna skupić się uwaga decydentów, pracujących nad wzrostem zainteresowania zagranicznych inwestorów regionem Polski Wschodniej. Warto w tym miejscu przytoczyć także doświadczenia innych regionów i krajów, które w zakresie przyciągania inwestycji osiągnęły znaczące sukcesy.

Przede wszystkim należy wskazać na istotność funkcjonowania w danym kraju czy regionie instytucji zajmującej się promocją inwestycji. Jak donosi raport *Global Investment Promotion Benchmarking 2009*⁶ aż 65 procent kierownictwa dużych korporacji amerykańskich odpowiedzialnych za lokalizację inwestycji, ściśle współpracowało z lokalnymi instytucjami promocji inwestycji, a tylko 8 procent nie korzystało z ich pomocy w ogóle. Prawie taki sam odsetek managerów przyznał, że istnieje duże prawdopodobieństwo, że przy podejmowaniu następnej decyzji o lokalizacji inwestycji, skorzystają ze strony internetowej instytucji je promującej. Stron internetowa została też uznana za najbardziej skuteczne narzędzie, jakim dysponują agencje promocyjne (wzrost znaczenia według opinii managerów z 34 procent w 2002 roku do 56 procent w 2008)⁷.

Bardzo bogatą ofertę promocyjną finansowego i niefinansowego wsparcia inwestycji przedstawia biuro promocji inwestycji regionu Shannon w Irlandii – *Shannon Development*. Agencja ta dostarcza kompleksowych informacji o gospodarce irlandzkiej, systemie podatkowym, zasobach ludzkich, edukacji, preferowanych sektorach gospodarki, a nawet przedstawia ofertę biur i gruntów dla potencjalnych inwestorów. Zaznaczyć należy, że strefa ekonomiczna, jaką *Shannon Development* się opiekuje – *Shannon Free Zone*, powstała w 1959 roku i od tego czasu zainwestowało w nią ponad 110 przedsiębiorstw z Północnej Ameryki, czyniąc z Shannon największy irlandzki klaster. Jest to przykład świetnie działającej strefy ekonomicznej, która przyciągnęła już największe przedsiębiorstwa z najbardziej pożądanymi branżami na świecie (np. Intel, Dell, GE Capital, Lufthansa Technik).

Istotnym elementem promocji inwestycji w skali regionu czy kraju jest sieć oddziałów instytucji promujących inwestycje w różnych krajach. Przykładem może być tu *Germany Trade & Invest* posiadająca swoje biura w Stanach Zjednoczonych, Chinach i Japonii. Taka forma promocji gwarantuje bliski kontakt z potencjalnymi inwestorami już w ich kraju macierzystym. Wybór państw, w których umiejscawia się filie krajowych instytucji wspierania inwestycji, powinien być wsparty wcześniejszymi analizami. Na szczególną uwagę powinny zasługiwać przede wszystkim kraje, które są liderami inwestycji zagranicznych, jak również kraje, w których dobrze są rozwinięte te sektory, które mają największe znaczenie w gospodarce promowanego regionu.

Również niefinansową, ale już bezpośrednią pomoc inwestorom oferowała Agencja Rozwoju Przemysłu Irlandii (*Industrial Development Agency Ireland* – IDA). Chodzi tu o usługi wspierające i ułatwiające rozpoczęcie inwestycji w nowym dla inwestora otoczeniu. W zakres tej pomocy wchodzi przypisanie opiekuna każdemu inwestorowi (*project manager*) na czas całego procesu lokowania inwestycji w Irlandii. IDA uruchomiła także program, w ramach którego identyfikuje i nabywa odpowiednie tereny, nadzoruje budowę nieruchomości, a po tym wydierżawia je inwestorowi. Rezultatem tego programu jest utworzenie 25 parków biznesowo-technologicznych w różnych regionach Irlandii. Biura regionalne opiekują się także działającymi już na terenie Irlandii inwestorami (*aftercare*).

Szeroką politykę informacyjną i promocyjną prowadzi także *Agencja CzechInvest* – *Investment and Business Development Agency*. Oferuje ona szeroki wachlarz ulg inwestycyjnych przysługujących inwestorowi. Są to m.in. obniżone stawki podatku CIT (w przypadku nowych przedsiębiorstw możliwe jest nawet całkowite zwolnienie z tego podatku na okres do 5 lat). Inną formą wsparcia finansowego dla inwestorów zagranicznych są granty na utworzenie nowych miejsc pracy i szkolenia personelu. Takie działania są prowadzone w regionach szczególnie dotkniętych bezrobociem. Preferencyjne ceny przysługują także w przypadku zakupu gruntów i uzbrojonych działek inwestycyjnych.

⁶ International Finance Corporation, World Bank Group, <http://www.ifc.org>

⁷ Development Counsellors International (DCI), July 28, 2008, "A View from Corporate America: Winning Strategies in Economic Development Marketing", za: World Bank Advisory Services, *Global Investment Promotion Benchmarking 2009: summary report*, s. 11.

Klasy, jako forma współpracy między przedsiębiorstwami, dostarczają licznych przykładów udanych przedsięwzięć na całym świecie. Do najbardziej znanych należy zaliczyć Dolinę Krzemową (USA), Dolinę Plastikową (Francja), Telefon City (Szwecja), czy też wszelkie *keiretsu* (Japonia). Są to inicjatywy legitymujące się ogromnymi sukcesami w zakresie przyciągnięcia inwestycji, zatrudnienia, zysków i innowacji jakie one wygenerowały. Idea i zasadność organizacji przedsiębiorstw w klasy jest jednak jeszcze w Europie Środkowo-Wschodniej stosunkowo młoda. Do stosunkowo młodych klas w regionie zaliczyć można:

- Moravian Silesian Wood processing Cluster – pierwszy klas w Republice Czeskiej (Ostrava, 2003),
- ClusterNet (Czechy, Ostrava, 2006),
- The Cluster of Czech Furniture Manufacturers (Czechy, Brno, 2006),
- The Pannon Wood & Furniture Cluster (Węgry, Western-Transdanubian region, 2001),
- The Slovenian Wood Industry Cluster (Słowenia, 2002).

Jak pokazują powyższe przykłady klasy nie muszą być inicjatywami o zasięgu globalnym, a mogą być jedynie regionalnym lub lokalnym zgrupowaniem przedsiębiorstw, ułatwiającym rozwiązywanie regionalnych problemów ekonomicznych. Organizacja inicjatyw klasowych wiąże się jednak koniecznością poniesienia odpowiednich nakładów finansowych. Nakłady te mogą być ponoszone na szczeblu centralnym (w Unii Europejskiej klasy to inicjatywa wspierana funduszami europejskimi), jednak coraz częściej z ofertą pomocy finansowej i organizacyjnej wychodzą same regiony, które są zainteresowane samodzielnym kształtowaniem regionalnego rozwoju gospodarczego. Na poziomie regionów opracowywane są strategie formowania klas oraz są podejmowane decyzje o współfinansowaniu ich powstawania.

3. Potencjał eksportowy Polski Wschodniej

3.1 Diagnoza sytuacji Polski Wschodniej na tle całego kraju

W latach 2004-2008 wartość polskiego eksportu zwiększyła się z 272,1 do 405,4 miliardów złotych (w cenach bieżących). Za jeden z głównych czynników tak dynamicznego wzrostu eksportu uważa się wejście Polski do Unii Europejskiej, które spowodowało zniesienie barier dla polskiego eksportu, zarówno na rynki unijne, jak i kraje trzecie. Uwolnienie polskiego potencjału eksportowego, przy jednoczesnej atrakcyjności jakościowej i cenowej polskich towarów przyczyniło się do dynamicznego wzrostu sprzedaży na rynkach zagranicznych.

Tabela 3.1 Wartość polskiego eksportu w latach 2004-2008 (ceny bieżące).

		2004	2005	2006	2007	2008
Polska	mld zł	272,1	288,8	343,8	386,6	405,8
Polska Wschodnia	mld zł	26,7	27,6	31,7	34,7	32,9
	Polska =100%	9,8%	9,6%	9,2%	9,0%	8,1%

Źródło: „Rocznik statystyczny handlu zagranicznego 2008”, GUS, Warszawa 2008, „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009, Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie⁸.

Województwa Polski Wschodniej nie odznaczają się dużym udziałem w krajowym eksporcie. Jednym z zasadniczych czynników jest relatywnie słabe uprzemysłowienie regionu, którego skutkiem jest m.in. mniejszy potencjał eksportowy. Udział Polski Wschodniej w polskim eksporcie w badanym okresie zmniejszył się z 9,8 do 8,1 procent. Główną przyczyną była relatywnie słaba dynamika wzrostu popytu zagranicznego na towary produkowane w Polsce Wschodniej. W całym kraju eksport w latach 2004-2008 wzrósł o blisko połowę, podczas gdy w Polsce Wschodniej tylko o 23 procent.

Tabela 3.2 Dynamika polskiego eksportu w latach 2004-2008 (ceny bieżące).

	2004	2005	2006	2007	2008
	2004 = 100				
Polska	100%	106%	126%	142%	149%
Polska Wschodnia	100%	103%	119%	130%	123%
	Rok poprzedni = 100				
Polska	-	106%	119%	112%	105%
Polska Wschodnia	-	103%	115%	110%	95%

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych z Tabeli 3.1

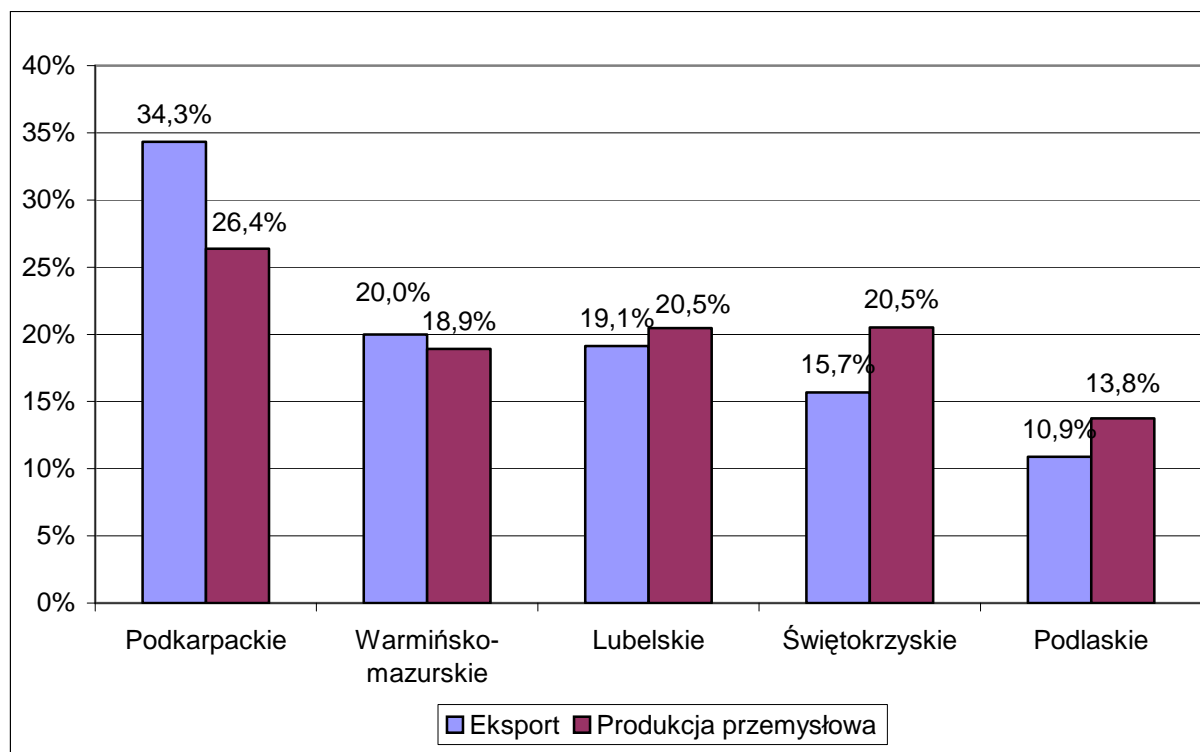
Najbardziej korzystny dla Polski Wschodniej wydaje się być rok 2006, kiedy to dynamika eksportu była najwyższa. W każdym jednak roku eksport w całym kraju wrastał szybciej niż w razem wziętych województwach Polski Wschodniej. Taka tendencja była szczególnie widoczna w 2008 roku, kiedy to eksport tego regionu w porównaniu z 2007 rokiem zmniejszył się o 5 procent, podczas gdy w całej Polsce wzrósł o około 5 procent.

⁸ Informacje dotyczące handlu zagranicznego na poziomie województw pochodzą z Izby Celnej w Warszawie. Obroty towarowe oparte zostały wyłącznie na danych z dokumentów SAD i deklaracji INTRASTAT. Są to dane rzeczyste, bez doszacowań obrotów tych podmiotów, które zostały zwolnione z obowiązku sprawozdawczego oraz które nie dopełniły obowiązku sprawozdawczego w wymaganym terminie. Trzeba zaznaczyć, że około 10 procent wartości rocznego polskiego eksportu stanowią dane dla których nie da się jednoznacznie określić województwa. Prezentowane udziały województw mogą być więc w pewien sposób zaniżone.

3.2 Struktura eksportu Polski Wschodniej według województw

Polska Wschodnia jest regionem bardziej zróżnicowanym pod względem wielkości eksportu niż produkcji przemysłowej. W strukturze dominuje województwo podkarpackie, z którego pochodzi ponad jedna trzecia eksportu badanych pięciu województw. Podkarpackie również dominuje w strukturze Polski Wschodniej pod względem wartości produkcji przemysłu, jednak jego udział pod tym względem nie jest tak przeważający. Najślabiej wypada województwo podlaskie, którego eksport stanowi zaledwie 11 procent eksportu całej Polski Wschodniej. Województwo to odznacza się też najmniejszym udziałem w przemyśle całego regionu.

Wykres 3.1 Udziały województw w eksporcie i produkcji przemysłowej Polski Wschodniej w 2008 roku



Źródło: Biuletyny Statystyczne z I kwartału 2009 r. z każdego z województw oraz dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie

Tabela 3.3 Zmiany w strukturze eksportu Polski Wschodniej według województw w latach 2004-2008

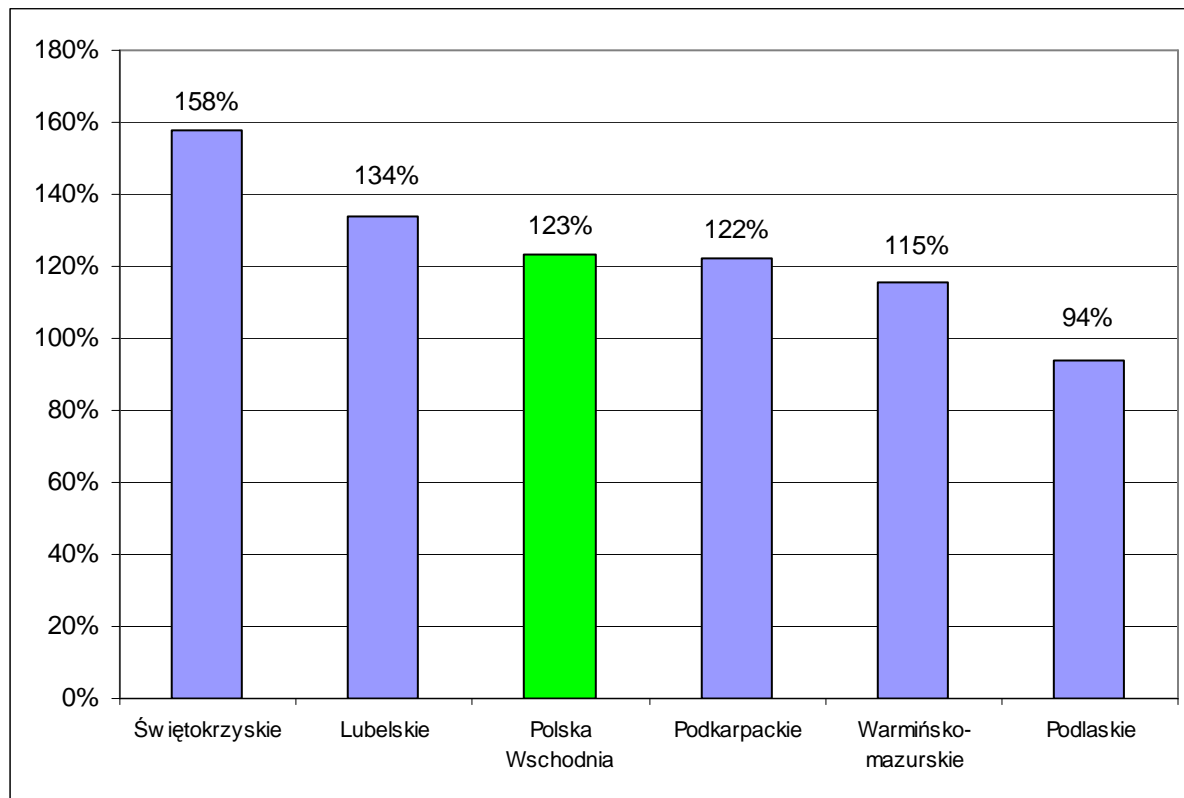
	2004	2005	2006	2007	2008	Zmiana (2008-2004)
Lubelskie	17,6%	18,1%	17,3%	17,7%	19,1%	1,6%
Podkarpackie	34,6%	33,3%	35,7%	35,6%	34,3%	-0,3%
Podlaskie	14,3%	13,1%	11,9%	10,1%	10,9%	-3,4%
Świętokrzyskie	12,2%	13,6%	14,6%	14,8%	15,7%	3,4%
Warmińsko-mazurskie	21,3%	21,9%	20,5%	21,8%	20,0%	-1,3%
Polska Wschodnia	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych o eksporcie z Izby Celnej w Warszawie

W badanym okresie struktura terytorialna eksportu Polski Wschodniej nie zmieniła się znacząco. Stale dominowało województwo podkarpackie z udziałem w wysokości około jednej trzeciej. Dwa województwa zwiększyły swój udział w eksporcie. W największym stopniu swoją pozycję poprawiło Świętokrzyskie, którego eksport osiągnął najwyższą dynamikę w Polsce

Wschodniej. O 1,6 procenta swój udział zwiększyło także województwo lubelskie. Najbardziej pogorszyła się natomiast sytuacja województwa podlaskiego, którego udział, za sprawą ujemnego wzrostu wartości eksportu, zmniejszył się o 3,4 punktu procentowego.

Wykres 3.2 Dynamika eksportu województw Polski Wschodniej w 2008 roku (2004 = 100, ceny bieżące)



Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych o eksporcie z Izby Celnej w Warszawie

3.3 Struktura geograficzna eksportu Polski Wschodniej

Głównym odbiorcą polskich towarów są Niemcy, gdzie trafia jedna czwarta polskiego eksportu (tabela 3.4). Do czołówki krajów importujących polskie towary należą także Francja, Włochy, Wielka Brytania i Czechy, jednak znaczenie tych krajów dla polskiego eksportu jest nieporównywalnie mniejsze niż znaczenie gospodarki niemieckiej. Na dwadzieścia krajów o największym udziale w polskim eksporcie, piętnaście stanowią kraje Unii Europejskiej. Do głównych partnerów handlowych Polski spoza UE (po stronie eksportu) należą: Rosja, Ukraina, Norwegia, Stany Zjednoczone i Turcja. Łącznie na 20 głównych odbiorców polskich towarów przypada 86 procent eksportu.

W strukturze geograficznej eksportu Polski Wschodniej również dominują Niemcy z udziałem w wysokości niecałe 22 procent. Do czołówki, podobnie jak w skali całego kraju, należą także Francja i Włochy, można jednak zauważyć, że głównymi odbiorcami towarów z Polski Wschodniej są także Ukraina i Rosja. Do dwudziestu najważniejszych krajów należy także Białoruś, która z kolei nie jest jednym z najważniejszych partnerów handlowych w skali całego kraju. Potwierdza to większe uzależnienie Polski Wschodniej od popytu zagranicznego na rynkach wschodnich. Łącznie na Ukrainę, Rosję i Białoruś przypada 15,4 procent eksportu Polski Wschodniej. Analogiczny udział w skali całego kraju wynosi 9,8 procent.

Do głównych dwudziestu partnerów handlowych trafia ponad 87 procent eksportu Polski Wschodniej. Pozostałe 13 procent obejmuje ponad 150 krajów, które są odbiorcami towarów

produkowanych w regionie. Dominujący charakter głównych dwudziestu importerów polskich towarów jest także charakterystyczny dla całej polskiej gospodarki.

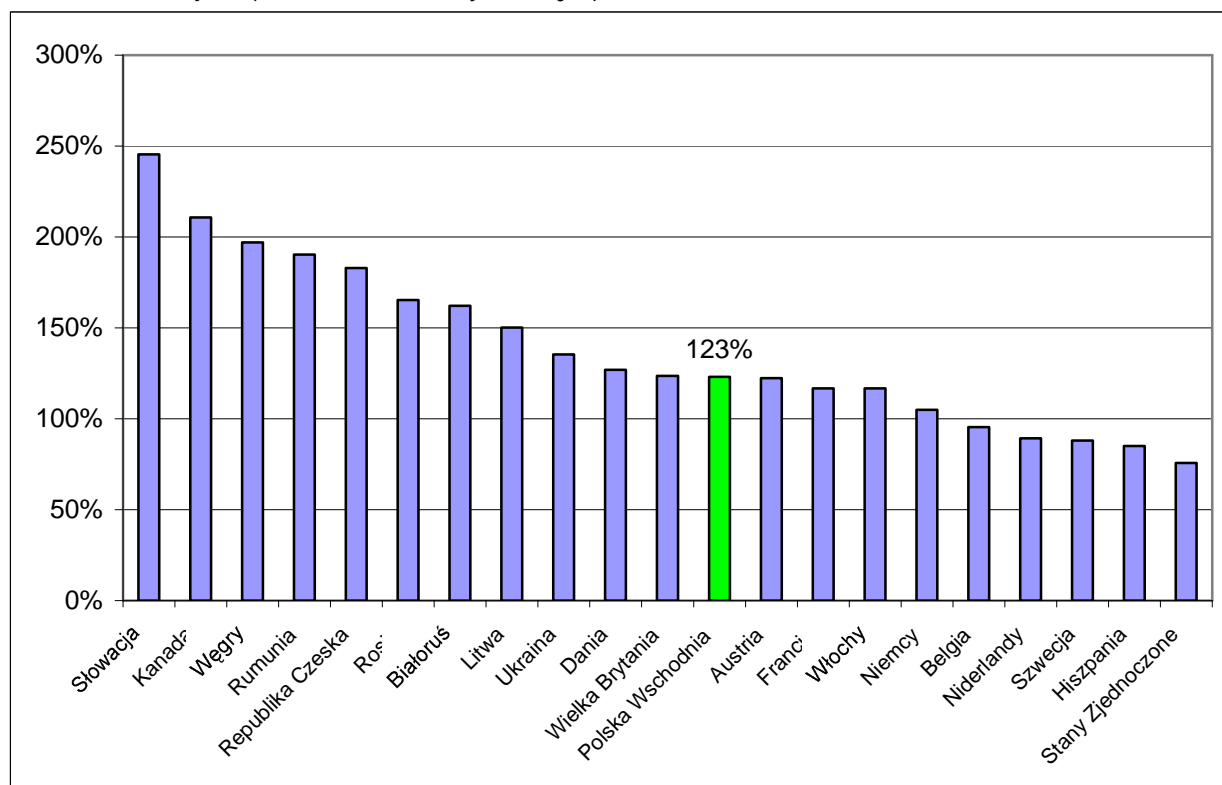
Tabela 3.4 Struktura kierunkowa eksportu Polski i Polski Wschodniej w 2008 roku

	Polska			Polska Wschodnia		
	Kraj	mld zł	%	Kraj	mld zł	%
1	Niemcy	101,5	25,0	Niemcy	7,13	21,7
2	Francja	25,2	6,2	Ukraina	2,29	7,0
3	Włochy	24,3	6,0	Francja	2,17	6,6
4	Wielka Brytania	23,4	5,8	Rosja	1,88	5,7
5	Republika Czeska	23,1	5,7	Włochy	1,65	5,0
6	Rosja	21,1	5,2	Wielka Brytania	1,64	5,0
7	Holandia	16,3	4,0	Republika Czeska	1,39	4,2
8	Ukraina	15,1	3,7	Holandia	1,39	4,2
9	Szwecja	12,9	3,2	Słowacja	1,08	3,3
10	Węgry	11,2	2,8	Litwa	0,94	2,9
11	Belgia	10,3	2,5	Belgia	0,94	2,9
12	Hiszpania	10,3	2,5	Węgry	0,91	2,8
13	Słowacja	9,9	2,4	Białoruś	0,90	2,7
14	Austria	7,9	2,0	Stany Zjednoczone	0,81	2,5
15	Dania	7,9	1,9	Hiszpania	0,66	2,0
16	Norwegia	6,8	1,7	Szwecja	0,64	1,9
17	Litwa	6,6	1,6	Dania	0,60	1,8
18	Rumunia	6,2	1,5	Austria	0,58	1,8
19	Stany Zjednoczone	5,9	1,5	Kanada	0,57	1,7
20	Turcja	4,2	1,0	Rumunia	0,55	1,7
	Suma	350,1	86,2	Suma	28,70	87,3
	Pozostałe	55,3	13,8	Pozostałe	4,19	12,7
	Polska	405,4	100,0	Polska Wschodnia	32,89	100,0

Źródło: „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009,
Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

W okresie 2004-2008, do dwóch krajów z najważniejszych partnerów handlowych Polski Wschodniej, eksport zwiększył się ponad dwukrotnie – do Słowacji i Kanady. Do jedenastu krajów eksport zwiększył się w większym stopniu niż ogółem dla całej Polski Wschodniej, z czego osiem krajów (z tych 11) stanowiły kraje z Europy Środkowo-Wschodniej. Z kolei dynamika eksportu do głównych odbiorców z Europy Zachodniej była niższa od przeciętnej. Oznacza to, że od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej bardziej intensywna stała się wymiana handlowa województw Polski Wschodniej z krajami byłego bloku sowieckiego, niż z lepiej rozwiniętymi gospodarkami Europy Zachodniej. Warto także nadmienić, że do najważniejszych krajów, z którymi odnotowano ujemne tempo wzrostu eksportu w latach 2004-2008 należą: Belgia, Holandia, Szwecja, Hiszpania i Stany Zjednoczone.

Wykres 3.3 Dynamika eksportu Polski Wschodniej w 2008 roku według najważniejszych dwudziestu krajów (2004 = 100, ceny bieżące).



Źródło: Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

3.4 Struktura towarowa eksportu Polski Wschodniej

Struktura eksportu Polski Wschodniej różni się od struktury dla całej Polski. Do głównych przyczyn należą: słabsze uprzemysłowienie województw wschodnich (mniejsza liczba zakładów), większy udział rolnictwa w produkcji i zatrudnieniu, słabsze wyposażenie w surowce naturalne, duży udział użytków rolnych i gruntów leśnych.

W eksporcie Polski Wschodniej, podobnie jak w skali całego kraju, dominują wyroby przemysłu elektromaszynowego. Udział tej kategorii jest jednak o ponad 16 punktów procentowych mniejszy niż w całym polskim eksporcie. Z Polski Wschodniej relatywnie mniej eksportuje się sprzętu transportowego, maszyn i urządzeń oraz sprzętu elektrycznego i elektrotechnicznego. Główną przyczyną jest relatywnie mała liczba zakładów zajmująca się w Polsce Wschodniej produkcją tego rodzaju wyrobów.

Drugą pod względem znaczenia kategorią wyrobów są produkty szeroko rozumianego przemysłu chemicznego. Stanowią one jedną piątą eksportu Polski Wschodniej, podczas gdy w skali całego kraju udział tej kategorii wynosi 12 procent. Większy udział przemysłu chemicznego w eksporcie regionu wynika, z obecności w tej części kraju dużych zakładów przemysłu gumowego, głównie produkujących opony do pojazdów samochodowych.

Trzecią pod względem wysokości udziału grupą towarów eksportowych Polski Wschodniej stanowią wyroby metalurgiczne. W kategorii tej dominują żeliwo, stal i aluminium oraz artykuły z tych surowców.

Czwartą grupę produktów stanowią artykuły rolno-spożywcze, których udział w eksporcie Polski Wschodniej jest wyższy o 3 punkty procentowe niż w skali całego kraju. Rolniczy charakter regionu sprawia, że Polska Wschodnia relatywnie więcej eksportuje produktów pocho-

dzenia zwierzęcego i roślinnego o relatywnie małym stopniu przetworzenia. Nieco mniejszym udziałem odznacza się natomiast kategoria „przetwory spożywcze”, w skład której wchodzi także produkcja wyrobów alkoholowych i tytoniowych oraz produkcja pasz dla zwierząt.

Tabela 3.5 Eksport Polski i Polski Wschodniej według sekcji CN w 2008 r.

Sekcja		Polska	Polska Wschodnia	Różnica PW-P
		%	%	
Artykuły rolno-spożywcze		10,1	13,1	3,0
I	Zwierzęta żywe; produkty pochodzenia zwierzęcego	3,5	6,0	2,4
II	Produkty pochodzenia roślinnego	1,9	3,9	2,0
III	Tłuszcze i oleje	0,3	0,0	-0,2
IV	Przetwory spożywcze	4,5	3,2	-1,3
Produkty mineralne		4,5	0,7	-3,8
V	Produkty mineralne	4,5	0,7	-3,8
Wyroby przemysłu chemicznego		11,9	20,0	8,1
VI	Produkty przemysłu chemicznego	5,9	5,9	0,1
VII	Tworzywa sztuczne i kauczuk oraz artykuły z nich	6,1	14,1	8,0
Skóry		0,3	0,1	-0,2
VIII	Skóry i artykuły z nich	0,3	0,1	-0,2
Wyroby przemysłu drzewno-papierniczego		5,1	8,0	2,9
IX	Drewno i artykuły z drewna	2,2	5,6	3,4
X	Ścier drzewny, papier, tektura i artykuły z nich	2,9	2,4	-0,4
Wyroby przemysłu lekkiego		3,6	4,3	0,7
XI	Materiały i artykuły włókiennicze	3,3	3,8	0,5
XII	Obuwie, nakrycia głowy, itp.	0,3	0,5	0,2
Wyroby ceramiczne		2,5	4,1	1,6
XIII	Artykuły z kamienia, wyroby ceramiczne, szkło	2,0	4,1	2,1
XIV	Perły, kamienie szlachetne, metale szlachetne i artykuły z nich	0,5	0,0	-0,5
Wyroby metalurgiczne		12,9	12,4	-0,5
XV	Metale nieszlachetne i artykuły z nich	12,9	12,4	-0,5
Wyroby przemysłu elektromaszynowego		43,0	26,9	-16,1
XVI	Maszyny i urządzenia, sprzęt elektryczny i elektrotechniczny	24,7	17,7	-7,0
XVII	Sprzęt transportowy	17,4	9,0	-8,4
XVIII	Przyrządy i aparatura, optyczne, fotograficzne, pomiarowe itp.	0,9	0,2	-0,7
Wyroby różne		6,1	10,4	4,3
XIX	Broń i amunicja	0,0	0,0	0,0
XX	Artykuły przemysłowe różne - meble, prefabrykaty, zabawki, itp	6,0	10,3	4,4
XXI	Dzieła sztuki, przedmioty kolekcjonerskie i antyki	0,0	0,0	0,0
Razem		100,0	100,0	

Źródło: „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009, Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

Kolejną kategorią eksportową są tzw. wyroby różne, w których dominują przede wszystkim meble. Udział tej kategorii w eksporcie Polski Wschodniej jest o 4,3 punktu procentowego wyższy niż w całym polskim eksporcie. Wynika to z relatywnie większego znaczenia przemysłu meblowego w regionie, jak również z dużego popytu zagranicznego na polskie meble. Wyższym udziałem charakteryzują się także wyroby przemysłu drzewno-papierniczego, a w szczególności sekcja „drewno i artykuły z drewna”. Relatywnie większe znaczenie eksportowe tego rodzaju wyrobów jest podyktowane m.in. dobrym dostępem do surowca w regionie. Czynnikiem ten zachęca do lokowania w Polsce Wschodniej zakładów przemysłowych opartych

o produkcję i przetwórstwo drewna. Samo drewno zaś, ze względu na ograniczoność podaży, jest surowcem szczególnie pożądanym na rynku europejskim.

Z pozostałych kategorii warto wskazać na mniejszy udział produktów mineralnych w eksporcie Polski Wschodniej. Tereny województw wschodnich są słabo wyposażone w rudy metali, złoża siarki, sól, czy surowce do produkcji wapna i cementu. Stąd też przemysł oparty o produkcję wyrobów mineralnych w tym regionie ma mały potencjał eksportowy i nie odgrywa w tym względzie większej roli.

3.5 Główne produkty eksportowe i główni eksporterzy Polski Wschodniej

Za główne produkty eksportowe Polski Wschodniej uznano te, które odznaczały się największym udziałem w eksporcie regionu w 2008 roku. Obliczeń dokonano na podstawie dostępnych informacji na poziomie czterocyfrowych pozycji według klasyfikacji CN. Listę towarów ograniczono do tych, które odznaczały się co najmniej jednoprocetowym udziałem w eksporcie Polski Wschodniej. Ze względów praktycznych nazwy niektórych pozycji zaprezentowanych w tabeli 3.6 ograniczono do czterech wierszy.

Głównym produktem eksportowym Polski Wschodniej są opony. Ich udział w całości eksportu regionu wynosi prawie 9 procent. Wysoki udział tych wyrobów związany jest z obecnością dużych zakładów przemysłu gumowego w Olsztynie i Dębicy, które należą do międzynarodowych producentów opon.

Kolejne dwie pozycje zajmują produkty przemysłu meblarskiego. Łącznie eksport obu pozycji stanowi 9,5 procent eksportu całej Polski Wschodniej. Na czwartym miejscu z udziałem 4 procent w eksporcie Polski Wschodniej uplasowała się szeroko pojęta produkcja części samochodowych, a na miejscu piątym, z udziałem w wysokości 2,4 procent, produkcja części do urządzeń mechanicznych.

Łącznie eksport najważniejszych 23 towarów (z 1042 w 2008 r.) stanowi połowę całego eksportu Polski Wschodniej. Oznacza to względną specjalizację regionu w eksporcie niektórych grup towarowych. Wśród najważniejszych 23 produktów eksportowych można wyróżnić:

- 5 pozycji reprezentujących produkcję maszyn i urządzeń mechanicznych i ich części,
- 4 pozycje reprezentujące produkcję artykułów rolno-spożywczych,
- 4 pozycje reprezentujące wyroby przemysłu chemicznego,
- 3 pozycje reprezentujące produkcję pojazdów samochodowych i statków powietrznych i części do nich,
- 2 pozycje reprezentujące wyroby przemysłu drzewno-papierniczego,
- 2 pozycje reprezentujące przemysł meblarski,
- 2 pozycje reprezentujące przemysł metalurgiczny.

Tabela 3.6 Główne towary eksportowe Polski Wschodniej według czterocyfrowych pozycji wg klasyfikacji CN w 2008 roku.

	Kod	Kategoria	mld zł	udział
1	4011	Opony pneumatyczne, nowe, gumowe	2 925,6	8,9%
2	9403	Meble pozostałe i ich części, inne niż w poz. 9401 lub 9402	1 819,9	5,5%
3	9401	Meble do siedzenia (inne niż te objęte pozycją 9402), nawet przekształcalne w miejsca do spania, oraz ich części	1 312,6	4,0%
4	8708	Części i akcesoria do pojazdów mechanicznych objętych pozycjami od 8701 do 8705	1 306,5	4,0%
5	8483	Wały napędowe i korby; obudowy łożysk i łożyska ślizgowe; mechanizmy i przekładnie zębate; mechanizmy śrubowo-kulkowe lub śrubowo-wałeczkowe; skrzynie przekładniowe i pozostałe układy zmieniające prędkość, itp.	796,8	2,4%
6	4418	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa, z drewna, włącznie z drewnianymi płytami komórkowymi, połączonymi płytami podłogowymi, dachówkami i gontami:	628,2	1,9%
7	3102	Nawozy mineralne lub chemiczne, azotowe	620,2	1,9%
8	8409	Części nadające się do stosowania wyłącznie lub głównie do silników objętych pozycją 8407 lub 8408	566,6	1,7%
9	8411	Silniki turboodrzutowe, turbośmigłowe oraz inne turbiny gazowe	541,1	1,6%
10	2933	Związki heterocykliczne tylko z heteroatomem(-ami) azotu	526,9	1,6%
11	8716	Przyczepy i naczepy; pozostałe pojazdy bez napędu mechanicznego; ich części:	520,1	1,6%
12	7214	Pozostałe sztaby i pręty z żeliwa lub stali niestopowej, nieobrobione więcej niż kute, walcowane na gorąco, ciągnięte na gorąco lub wyciskane na gorąco, ale z włączeniem tych, które po walcowaniu zostały skręcone	494,9	1,5%
13	8482	Łożyska toczne	494,3	1,5%
14	4811	Papier, tektura, wata celulozowa i wstęgi z włókien celulozowych, powleczone, impregnowane, pokryte, barwione powierzchniowo, dekorowane na powierzchni lub z nadrukiem, w zwojach lub arkuszach prostokątnych itp.	481,6	1,5%
15	8431	Części nadające się do stosowania wyłącznie lub głównie do urządzeń objętych pozycjami od 8425 do 8430:	458,1	1,4%
16	0811	Owoce i orzechy, niepoddane obróbce cieplnej lub ugotowane na parze lub w wodzie, zamrożone, nawet zawierające dodatek cukru lub innego środka słodzącego:	449,3	1,4%
17	7207	Półprodukty z żeliwa lub stali niestopowej	395,9	1,2%
18	0406	Sery i twarogi	370,0	1,1%
19	8803	Części towarów objętych pozycją 8801 lub 8802	358,5	1,1%
20	0207	Mięso i podroby jadalne, z drobiu objętego pozycją 0105, świeże, schłodzone lub zamrożone	342,2	1,0%
21	3925	Artykuły budowlane z tworzyw sztucznych, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone	330,2	1,0%
22	7308	Konstrukcje i części konstrukcji (na przykład mosty i części mostów, wieże, maszty kratowe, dachy, szkielety konstrukcji dachów, drzwi i okna oraz ramy do nich, progi drzwiowe, okiennice, balustrady, filary i kolumny), z żeliwa lub stali;	327,5	1,0%
23	2009	Soki owocowe (włączając moszcz gronowy) i soki warzywne niesfermentowane i niezawierające dodatku alkoholu, nawet z dodatkiem cukru lub innej substancji słodzącej	318,5	1,0%
			16 385,5	49,8%

Źródło: Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

Wymienione wcześniej przemysły wydają się mieć największe znaczenie dla eksportu Polski Wschodniej. W dużej mierze pokrywają się one z sektorami, w których działalność prowadzą najważniejsi eksporterzy z regionu. W tabeli 3.7 zaprezentowano przedsiębiorstwa odznaczające się największą wartością eksportu w 2008 roku. Są wśród nich zarówno firmy prowadzące działalność wyłącznie na terenie Polski Wschodniej, jak również grupy kapitałowe, których spółki prowadzą działalność także w innych częściach kraju, ale ich siedziba znajduje się w regionie. Lista powstała na podstawie szacunków IBnGR opartych o informacje zawarte w Listach 500 Polityki i Rzeczypospolitej z 2009 roku. W tabeli nie ma wymienionych przedsiębiorstw, które są wprawdzie ważnymi eksporterami, ale nie podają żadnych informacji handlowych o tej części swojej działalności. Do takich firm należałoby zaliczyć m.in. Spółdzielnię Mleczarską Mlekovitę, która istotną część swojej działalności opiera o sprzedaż artykułów mleczarskich na rynkach zagranicznych.

Najważniejszymi eksporterami z Polski Wschodniej są zajmujące się produkcją opon firmy Michelin Polska S.A. i T.C. Dębica S.A. oraz reprezentujące przemysł stricte chemiczny Zakłady Azotowe Puławy S.A. W dalszej części tabeli pojawiają się firmy reprezentujące m.in. przemysł metalurgiczny, przemysł drzewny i meblarski, przemysł spożywczy, przemysł maszynowy, przemysł ceramiczny i hutnictwo szkła. Na liście znajdują się także firmy usługowe, jak np. PGE S.A. (energetyka), Handlopex S.A. (handel), czy Adampol S.A. (transport i logistyka).

Tabela 3.7 Najwięksi eksporterzy Polski Wschodniej w 2008 roku

	Firma	Eksport mln zł
1	Michelin Polska S.A.	2 318
2	Zakłady Azotowe Puławy S.A.	1 157
3	T.C Dębica S.A.	1 111
4	Cersanit S.A. GK	682
5	NSG Group, Sandomierz	647
6	NSK Bearings Polska S.A.	426
7	Pfleiderer Grajewo S.A. GK	399
8	Adampol	373
9	PGE Polska Grupa Energetyczna S.A. GK	373
10	Black Red White S.A. GK	338
11	Barlinek S.A. GK	319
12	Dressta Stalowa Wola	304
13	Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól	251
14	Handlopex S.A.	178
15	Indykpol S.A.	172
16	HSW Huta Stali Jakościowych S.A.	153
17	Unibep S.A. GK	139
18	Pronar sp. zoo	134
19	DBK Sp. zoo GK	131
20	ICN Polfa Rzeszów S.A.	124

Źródło: Lista 500 Rzeczypospolitej (29 kwietnia 2009 r.), Lista 500 Polityki (28 kwietnia 2009 r.)

3.6 Priorytetowe sektory dla promocji eksportu Polski Wschodniej

Województwa Polski Wschodniej aktywnie uczestniczą w wymianie międzynarodowej. Sektory w regionie (tak jak i w całym kraju) są objęte polityką proeksportową państwa i mają dostęp do instrumentów wspierania eksportu. Wpływ uwarunkowań w skali makro jest więc właściwie identyczny dla wszystkich eksporterów, niezależnie od regionu, w którym została ulokowana działalność.

Działania mające na celu promocję regionalnego eksportu powinny być uzupełnieniem polityki ogólnokrajowej. Powinny one dostarczać dodatkowych impulsów proeksportowych, które wraz z pozytywnym oddziaływaniem instrumentów krajowej polityki gospodarczej będą stanowić komplementarny mechanizm wsparcia eksporterów w regionie. Aby podejmowania działania przyniosły wymierne efekty, powinny one uwzględniać specyfikę gospodarczą regionu: jego strukturę, możliwości produkcyjne, ograniczenia zasobowe i jego potencjał rozwojowy. W sytuacji ograniczoności środków i zasobów, działania promocyjne należy skierować na te sektory, których promocja może przynieść relatywnie wysokie korzyści dla gospodarki regionu.

Po pierwsze, należy ograniczyć się do sektorów/towarów, które odznaczają się stosunkowo wysokim udziałem w eksporcie regionu. Objęcie intensywnymi działaniami promocyjnymi jedynie najważniejszych gałęzi daje duże prawdopodobieństwo zwrotu poniesionych nakładów i może przynieść wymierne efekty gospodarcze dla regionu.

Po drugie, spośród najważniejszych sektorów należy wybrać te, których produkty stanowią specjalizację eksportową regionu. Za regionalną specjalizację zwykle uznaje się te towary, których znaczenie dla eksportu regionu jest wyższe niż dla eksportu całego kraju. Większy, niż przeciętnie w kraju, udział określonego produktu w eksporcie regionalnym oznacza zwykle, że region jest lepiej wyposażony w czynniki produkcyjne potrzebne do wytworzenia wybranego towaru. Takimi czynnikami mogą być zasoby naturalne (surowce mineralne, surowce pochodzenia roślinnego (drewno), surowce pochodzenia zwierzęcego itd.), zasoby siły roboczej (dostępność pracowników, kwalifikacje) oraz kapitał (baza produkcyjna, zakłady).

Analizę specjalności eksportowych Polski Wschodniej przeprowadzono dla działów towarów wg klasyfikacji CN. Do badania wybrano wyłącznie te działy, których udział w eksporcie regionu wynosił w 2008 roku co najmniej 0,5 procent. Ograniczono w ten sposób liczbę działów do 28, obejmujących łącznie 90,5 procent eksportu Polski Wschodniej. Następnie dla wybranych działów, na podstawie danych z 2008 roku, obliczono współczynniki specjalizacji towarowej (WST), jako relacja udziału w eksporcie Polski Wschodniej do udziału w eksporcie całego kraju. Wartość wskaźnika powyżej jedności oznacza, że region specjalizuje się w eksporcie towarów z danego działu.

W tabeli 3.8 przedstawiono wybrane działy i uszeregowano je malejąco według wartości współczynnika specjalizacji. Z obliczeń wynika, że 22 na 28 działów stanowią specjalizację regionalną (wartości współczynnika powyżej jedności) – łącznie obejmują ponad 70 procent eksportu Polski Wschodniej.

Region Polski Wschodniej najbardziej specjalizuje się w eksporcie statków powietrznych i części do nich. Związane jest to z obecnością w południowo-wschodniej Polsce Doliny Lotniczej, skupiającej 76 zakładów produkujących na potrzeby przemysłu lotniczego. Na drugim miejscu znalazły się wyroby z kauczuku, których głównym reprezentantem są produkty przemysłu gumowego. Wysoka wartość WST jest efektem obecności dużych zakładów w województwie warmińsko-mazurskim oraz podkarpackim. Trzecią z najważniejszych specjalności są tekstylia, co związane jest z funkcjonowaniem produkujących je przedsiębiorstw w województwie podlaskim.

Tabela 3.8 Specjalizacje eksportowe (towarowe) Polski Wschodniej w 2008 roku

	Kod	Dział CN	Współczynnik specjalizacji towarowej	Udział
1	88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	5,97	1,3%
2	40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	5,01	10,4%
3	59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; artykuły włókiennicze do celów technicznych	4,87	0,7%
4	01	Zwierzęta żywe	4,44	0,9%
5	08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	3,99	2,4%
6	31	Nawozy	3,03	2,0%
7	44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	2,62	5,5%
8	70	Szkło i wyroby ze szkła	2,34	2,1%
9	69	Wyroby ceramiczne	2,15	1,4%
10	29	Chemikalia organiczne	2,03	1,7%
11	20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozostałych części roślin	1,91	1,4%
12	94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki i podobne artykuły wypychane; lampy i oprawy oświetleniowe	1,81	10,2%
13	04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	1,77	2,0%
14	07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	1,64	1,0%
15	02	Mięso i podroby jadalne	1,56	2,5%
16	68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki lub podobnych materiałów	1,43	0,7%
17	72	Żeliwo i stal	1,39	5,2%
18	84	Reaktory jądrowe, kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	1,25	15,4%
19	76	Aluminium i artykuły z aluminium	1,24	1,6%
20	03	Ryby i skorupiaki	1,21	0,6%
21	63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana i używane artykuły włókiennicze; szmaty	1,17	0,6%
22	62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	1,10	1,3%
		Suma		70,7%
23	73	Artykuły z żeliwa lub stali	0,99	4,2%
24	39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	0,94	3,7%
25	48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	0,90	2,0%
26	87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	0,47	6,9%
27	89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	0,24	0,5%
28	85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	0,18	2,3%
		Suma		90,5%

Źródło: Obliczenia IBnGR na podstawie: „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009; Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

Na dalszych pozycjach (od 4 do 22 w tabeli 3.8) pojawiają się działy reprezentujące m.in. artykuły rolno-spożywcze (7 działów), produkty przemysłu drzewno-papierniczego i meblarskiego (2), produkty przemysłu chemicznego (2), przemysł metalurgiczny (2), przemysł lekki (2).

Tabela 3.9 Zmiany współczynnika specjalizacji eksportowej w najważniejszych działach eksportu Polski Wschodniej w latach 2004-2008.

	Kod	Sekcja CN	WST 2004	WST 2008	zmiana 2008-2004
1	01	Zwierzęta żywe	2,54	4,44	1,90
2	08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	2,59	3,99	1,40
3	88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	5,16	5,97	0,81
4	72	Żeliwo i stal	0,65	1,39	0,74
5	44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	2,09	2,62	0,53
6	40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	4,54	5,01	0,48
7	76	Aluminium i artykuły z aluminium	0,82	1,24	0,42
8	07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	1,29	1,64	0,35
9	84	Reaktory jądrowe, kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	0,92	1,25	0,33
10	03	Ryby i skorupiaki	0,97	1,21	0,24
11	68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki lub podobnych materiałów	1,22	1,43	0,21
12	20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozostałych części roślin	1,70	1,91	0,21
13	39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	0,74	0,94	0,20
14	69	Wyroby ceramiczne	1,98	2,15	0,17
15	73	Artykuły z żeliwa lub stali	0,86	0,99	0,13
16	29	Chemikalia organiczne	1,92	2,03	0,10
17	63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana i używane artykuły włókiennicze; szmaty	1,09	1,17	0,08
18	48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	0,83	0,90	0,07
19	70	Szkło i wyroby ze szkła	2,31	2,34	0,03
20	62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	1,12	1,10	-0,02
21	89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	0,26	0,24	-0,02
22	87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	0,50	0,47	-0,03
23	94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki i podobne artykuły wypychane; lampy i oprawy oświetleniowe	1,92	1,81	-0,11
24	04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	2,07	1,77	-0,30
25	31	Nawozy	3,36	3,03	-0,33
26	85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	0,80	0,18	-0,62
27	59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; artykuły włókiennicze do celów technicznych	5,67	4,87	-0,80
28	02	Mięso i podroby jadalne	2,59	1,56	-1,03

Źródło: Obliczenia IBnGR na podstawie: „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009; Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

W tabeli 3.9 przedstawiono jak zmieniła się dla wybranych działów wartość współczynnika specjalizacji między 2004 a 2008 rokiem. Polska Wschodnia poprawiła stopień wyspecjalizowania eksportowego w 19 działach. WST w największym stopniu swą wartość zmienił przy eksporcie zwierząt oraz owoców, a także przy eksporcie statków powietrznych, żeliwa i stali oraz artykułów z drewna. Interesujący jest także fakt, że pogorszył się stopień wyspecjalizowania Polski Wschodniej m.in. w eksporcie mebli, produktów mleczarskich, mięsa, czyli tych grup towarów, których produkcja wydaje się być mocną stroną regionu.

Określenie priorytetowych sektorów dla promocji Polskie Wschodniej jest uwarunkowane przyjętymi wcześniej założeniami:

1. Produkty sektorów muszą odznaczać się istotnym udziałem w eksporcie regionu.
2. Produkty sektorów muszą stanowić specjalizację eksportową regionu.

Przy takim podejściu do priorytetowych sektorów dla eksportu Polski Wschodniej należy zaliczyć:

- sektor rolno-spożywczy,
- przemysł przetwórstwa drzewnego wraz z przemysłem meblarskim,
- przemysł chemiczny ze szczególnym wskazaniem na przemysł gumowy,
- przemysł metalurgiczny ze wskazaniem na produkcję żeliwa, stali i aluminium oraz artykułów z nich,
- przemysł elektro-maszynowy ze wskazaniem na przemysł lotniczy i produkcję części do urządzeń mechanicznych.

W dalszej kolejności można wymienić także przemysł ceramiczny i lekki – nie odgrywają one jednak tak istotnej roli jak sektory wymienione wyżej. Zastanowić się także należy nad promocją sektora produkcji części do pojazdów samochodowych, który mimo że odznacza się o ponad połowę mniejszym udziałem w regionie niż w całej Polsce, to jednak przypada na niego prawie 7 procent eksportu Polski Wschodniej.

Wybór sektorów do promocji Polski Wschodniej można także przeprowadzić z uwzględnieniem zdolności określonych grup towarów do uzyskiwania względnych przewag w eksporcie regionu. Sytuacja wtedy staje się bardziej skomplikowana, gdyż są działy gospodarcze (należące do wskazanych powyżej sektorów), w których Polska Wschodnia zaczyna się specjalizować w coraz mniejszym stopniu. Sytuacja taka zachodzi m.in. w sektorze rolno-spożywczym: Polska Wschodnia coraz bardziej specjalizuje się w eksporcie żywych zwierząt, ale słabnie stopień jej wyspecjalizowania w eksporcie mięsa. W takiej sytuacji przed podjęciem działań promocyjnych należy określić, czy priorytetem jest wspieranie towarów mających największy potencjał do poprawy swojej względnej przewagi eksportowej, czy też ważniejsze z punktu widzenia eksportu regionu jest podejmowanie działań mających na celu utrzymanie stopnia specjalizacji eksportowej w tych sektorach, w których ona słabnie. Wydaje się, że działania promocyjne powinny uwzględniać jednocześnie oba kryteria. Ważne jest jednak, aby zasadniczej części działalności promocyjnej nie skupić na tych działach towarowych, w których utrata specjalizacji eksportowej może być nie do uniknięcia.

3.7 Priorytetowe rynki dla promocji eksportu Polski Wschodniej

Przy wyborze priorytetowych rynków dla promocji województw Polski Wschodniej ograniczono się, podobnie jak w przypadku działów towarowych, do tych krajów, do których kierowane jest co najmniej 0,5 procent eksportu regionu. Otrzymano więc w ten sposób 27 krajów, do których trafia łącznie 93 procent eksportu Polski Wschodniej.

Dla każdego z krajów obliczono współczynnik specjalizacji kierunkowej (WSK) – jako relacja udziału kraju w eksporcie Polski Wschodniej do udziału tego kraju w eksporcie krajowym. Wyniki obliczeń zaprezentowano w tabeli 3.10. Z analizy wynika, że Polska Wschodnia specjalizuje się w eksporcie do 17 krajów, z czego 10 z nich należy do Unii Europejskiej. Ponadto region specjalizuje się w eksporcie do krajów z za wschodniej granicy (Rosji, Białorusi i Ukrainy), a także do Kanady, Stanów Zjednoczonych, Chin i Szwajcarii. Łącznie na kraje te przypada 46 procent eksportu regionu. Należy podkreślić, że wśród krajów, w eksporcie do których Polska Wschodnia jest względnie wyspecjalizowana, nie ma Niemiec, które są odbiorcą 22 procent regionalnego eksportu. Nie ma także tak istotnych partnerów handlowych, jakimi są: Wielka Brytania, Włochy i Czechy.

Tabela 3.10 Specjalizacje eksportowe (kierunkowe) Polski Wschodniej w 2008 roku

	Kraj	Współczynnik specjalizacji kierunkowej	Udział
1	Kanada	4,39	1,7%
2	Białoruś	2,86	2,7%
3	Litwa	1,84	2,9%
4	Ukraina	1,84	7,0%
5	Słowenia	1,70	0,7%
6	Stany Zjednoczone	1,67	2,5%
7	Łotwa	1,60	1,1%
8	Bułgaria	1,48	0,6%
9	Słowacja	1,36	3,3%
10	Estonia	1,27	0,7%
11	Chiny	1,13	0,9%
12	Belgia	1,12	2,9%
13	Szwajcaria	1,10	0,8%
14	Rumunia	1,09	1,7%
15	Rosja	1,08	5,7%
16	Francja	1,06	6,6%
17	Holandia	1,05	4,2%
	Suma		45,8%
18	Węgry	0,99	2,8%
19	Dania	0,96	1,8%
20	Austria	0,90	1,8%
21	Niemcy	0,87	21,7%
22	Wielka Brytania	0,86	5,0%
23	Włochy	0,83	5,0%
24	Hiszpania	0,79	2,0%
25	Republika Czeska	0,75	4,2%
26	Szwecja	0,61	1,9%
27	Norwegia	0,49	0,8%
	Suma		92,8%

Źródło: Obliczenia IBnGR na podstawie: „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009; Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

W tabeli 3.11 zaprezentowano jak zmieniła się specjalizacja geograficzna eksportu Polski Wschodniej między 2004 a 2008 rokiem. Region zaczął w większym stopniu się specjalizować w eksporcie do 14 krajów, z czego dla 6 krajów w 2004 roku wartość współczynnika specjalizacji wynosiła poniżej jedności. Najbardziej poprawiła się specjalizacja eksportu kierowanego do Kanady – o 1,6 punktu. Na drugim miejscu znalazła się Słowacja, która jest jedynym krajem w eksporcie do którego region Polski Wschodniej zaczął się specjalizować między 2004 a 2008 rokiem. Wartości współczynników specjalizacji kierunkowej poprawiły się także dla większości krajów Europy Środkowo-Wschodniej, z którymi Polska Wschodnia ma kontakty handlowe. W największym stopniu pogorszyły się wartości WSK dla Ukrainy, Bułgarii i Słowenii. Wśród najważniejszych odbiorców eksportu regionu nie znalazł się żaden kraj w stosunku do którego by Polska Wschodnia między 2004 a 2008 rokiem straciła przewagę eksportową.

Tabela 3.11 Zmiany współczynnika specjalizacji eksportowej według najważniejszych odbiorców eksportu Polski Wschodniej w latach 2004-2008.

	Kraj	WSK 2004	WSK 2008	Zmiana 2008- 2004
1	Kanada	2,77	4,39	1,62
2	Słowacja	0,93	1,36	0,42
3	Litwa	1,51	1,84	0,33
4	Węgry	0,67	0,99	0,32
5	Łotwa	1,32	1,60	0,29
6	Białoruś	2,67	2,86	0,19
7	Dania	0,80	0,96	0,17
8	Estonia	1,14	1,27	0,13
9	Republika Czeska	0,67	0,75	0,08
10	Szwajcaria	1,04	1,10	0,06
11	Stany Zjednoczone	1,63	1,67	0,03
12	Norwegia	0,46	0,49	0,02
13	Niemcy	0,85	0,87	0,02
14	Rumunia	1,08	1,09	0,01
15	Austria	0,90	0,90	0,00
16	Rosja	1,09	1,08	-0,01
17	Włochy	0,86	0,83	-0,02
18	Belgia	1,15	1,12	-0,02
19	Wielka Brytania	0,91	0,86	-0,05
20	Francja	1,14	1,06	-0,08
21	Chiny	1,28	1,13	-0,15
22	Szwecja	0,77	0,61	-0,16
23	Holandia	1,37	1,05	-0,32
24	Hiszpania	1,18	0,79	-0,39
25	Ukraina	2,26	1,84	-0,42
26	Bułgaria	1,94	1,48	-0,46
27	Słowenia	2,19	1,70	-0,49

Źródło: Obliczenia IBnGR na podstawie: „Handel zagraniczny styczeń-grudzień 2008”, GUS, Warszawa, 2009; Dane o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

Do najważniejszych krajów dla promocji eksportu Polski Wschodniej należałoby zaliczyć:

- kraje Europy Środkowo Wschodniej, w tym kraje należące do UE: Estonię, Litwę, Łotwę, Słowację, Czechy, Węgry, Rumunię oraz kraje będące byłymi członkami WNP (Rosja, Ukraina, Białoruś),
- Bułgarię i Słowenię,
- kraje Ameryki Północnej (Kanada i Stany Zjednoczone),
- kraje tzw. Piętnastki UE: Belgia, Francja, Holandia, Wlk. Brytania, Niemcy i Włochy.

Trzeba też zaznaczyć, że mimo iż Polska Wschodnia względnie się nie specjalizuje w eksporcie do Niemiec, Włoch i Wielkiej Brytanii to ze względu na duże znaczenie tych krajów dla eksportu regionu nie można ich pominąć przy podejmowaniu działań promocyjnych. Na tej samej zasadzie do rynków priorytetowych zaliczone zostały także Czechy.

W tabeli Z1 w Załączniku 1 zestawiono ze sobą towary i kraje przeznaczenia, w których Polska Wschodnia ma względną przewagę w działalności eksportowej. W zależności od wartości wskaźników specjalizacyjnych WSK i WST wyodrębniono cztery grupy:

1. obejmująca kraje i towary, w których Polska Wschodnia się specjalizuje ($WSK > 1$, $WST > 1$) – na grupę przypadają 22 działy towarowe i 17 krajów,
2. obejmująca towary, w których eksporcie Polska Wschodnia specjalizuje się oraz kraje, w eksporcie do których region ten jest słabo wyspecjalizowany ($WSK < 1$, $WST > 1$) – na grupę przypadają 22 działy towarowe i 10 krajów,
3. obejmująca towary, w których eksporcie Polska Wschodnia nie jest wyspecjalizowana oraz kraje, w eksporcie do których region się specjalizuje ($WSK > 1$, $WST < 1$) – na grupę przypada 6 działów towarowych i 17 krajów,
4. obejmująca towary, w których eksporcie Polska Wschodnia nie jest wyspecjalizowana oraz kraje, w eksporcie do których region się nie specjalizuje ($WSK < 1$, $WST < 1$) – na grupę przypada 6 działów towarowych i 17 krajów,

Z zestawienia wynika, że najliczniejsza jest grupa, w których Polska Wschodnia ma jednocześnie przewagę towarową i kierunkową. Oznacza to, że Polska Wschodnia specjalizuje się w większości działów towarowych i krajów, które mają duże znaczenie dla regionalnego eksportu (udziały powyżej 0,5 proc.).

Analogiczne zestawienie przedstawiono dla zmian obu współczynników (tabela Z2 w załączniku). Najliczniejszą grupę stanowią branże i działy towarowe, które odnotowały dodatnią zmianę współczynnika specjalizacji eksportowej dla Polski Wschodniej (14 krajów i 19 działów towarowych).

Przy wyborze priorytetowych sektorów, które przede wszystkim należałoby promować na najważniejszych rynkach, należy określić kryterium według którego wybór ten zostanie przeprowadzony:

1. Jeśli głównym celem jest utrzymanie i poprawa względnej przewagi eksportowej zarówno towarowej jak i kierunkowej Polski Wschodniej, to należy skupić się na promocji najbardziej wyspecjalizowanych działów towarowych na najbardziej wyspecjalizowanych rynkach (Tabela Z1).
2. Jeśli głównym celem jest wspieranie i maksymalne wykorzystanie potencjału specjalizacyjnego eksportu Polski Wschodniej, zarówno towarowego jak i kierunkowego, to należy skupić się na promocji tych działów towarowych, których udział w eksporcie regionu zmienia się szybciej niż w eksporcie całego kraju, na rynkach, które zaczynają odgrywać dla eksportu regionu relatywnie większe znaczenie dla niż dla całej Polski (Tabela Z2).

Podczas działań promocyjnych warto także uwzględnić dotychczasowe powiązania między działami towarowymi a krajami. Działania promocyjne niektórych towarów na wybranych rynkach mogą być skazane z góry na niepowodzenie, jeśli nie istniały między nimi wcześniej silne powiązania. W tabeli Z3 w Załączniku przedstawiono, jak w 2008 roku kształtowały się udziały najważniejszych krajów w eksporcie najważniejszych działów towarowych Polski Wschodniej. Tabelę tę można uprościć, biorąc pod uwagę wyłącznie elementy o pożądanej wartości. W dalszej części załącznika przedstawiono tabele Z4-Z7, które otrzymano w wyniku przeprowadzonych iteracji, polegających na eliminacji elementów poniżej zadanego kryterium i usunięciu powstałych w ten sposób wektorów zerowych (zarówno w wierszach jak i kolumnach).

Po eliminacji udziałów mniejszych niż 25 procent i usunięciu wektorów zerowych otrzymano macierz, składającą się z 18 działów towarowych i 6 krajów. Otrzymany układ przedstawiono w tabeli 3.12.

W tabeli pogrubiono te elementy, które leżą na przecięciu działów i krajów, w których jest wyspecjalizowany eksport Polski Wschodniej. Z kolei na żółto zaznaczono tło tych komórek, które leżą na przecięciu działów i krajów, w których w ostatnich latach poprawił się stopień wyspecjalizowania eksportu regionu.

Tabela 3.12 Najważniejsze kraje przeznaczenia dla wybranych działów towarowych eksportu Polski Wschodniej w 2008 r.

	Kod	Dział CN	Chiny	Francja	Holandia	Niemcy	Rosja	Włochy
1	01	Zwierzęta żywe	-	-	-	-	-	29%
2	03	Ryby i skorupiaki	-	-	-	82%	-	-
3	07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	-	-	-	27%	-	-
4	08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrus.	-	-	-	29%	-	-
5	20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów...	-	-	29%	-	-	-
6	29	Chemikalia organiczne	27%	-	-	-	-	-
7	31	Nawozy	-	32%	-	-	-	-
8	48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej...	-	-	-	-	36%	-
9	62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	-	-	-	40%	-	-
10	63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze...	-	-	-	26%	-	-
11	68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki ...	-	-	-	-	30%	-
12	73	Artykuły z żeliwa lub stali	-	-	-	36%	-	-
13	76	Aluminium i artykuły z aluminium	-	-	-	29%	-	-
14	85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	-	-	-	-	-	-
15	87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	-	-	-	36%	-	-
16	88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	-	-	-	-	-	29%
17	89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	-	46%	-	-	-	-
18	94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace...	-	-	-	29%	-	-

Źródło: Obliczenia IBnGR na podstawie danych o handlu zagranicznym z Izby Celnej w Warszawie.

Przy tak określonym kryterium (udziały krajów powyżej 25 procent) pojawiają się tylko 4 elementy, które odnoszą się jednocześnie do wyspecjalizowanych krajów i działów towarowych. Z kolei 6 elementów odnosi się jednocześnie do działów i sektorów, w których Polska Wschodnia poprawiła w ostatnich latach swój stopień wyspecjalizowania eksportowego.

Podsumowując, najszerszy zestaw powiązań między krajami i sektorami otrzyma się kierując się wysokością udziałów najważniejszych krajów w najważniejszych działach towarowych. Wybór minimalnej wysokości udziałów, które warto wspierać, powinien zależeć od wielkości posiadanych środków. Wydaje się jednak, że działania promocyjne w pierwszym rządzie powinny być nakierowane na te relacje sektor-rynek, które przede wszystkim wspierają wyspecjalizowanie regionu zarówno towarowe jak i kierunkowe, oraz na te relacje, które przejawiają największy potencjał do tego, aby zwiększać towarowy i kierunkowy stopień wyspecjalizowania regionu.

3.8 Bariery dla rozwoju eksportu Polski Wschodniej

Przedsiębiorstwa prowadzące działalność eksportową, podobnie jak wszystkie inne podmioty gospodarcze, w swojej działalności napotykają na liczne utrudnienia, które mogą stanowić przeszkody w osiągnięciu satysfakcjonującego wyniku gospodarczego. Konieczność przezwyciężania tych barier kierunkuje działania przedsiębiorców i części osób zatrudnionych w

tych przedsiębiorstwach na zagadnienia niezwiązane bezpośrednio z rodzajem prowadzonej przez firmę działalności gospodarczej. Dla przedsiębiorstw eksportujących swoje produkty i usługi, można wymienić jednak więcej potencjalnych barier dla prowadzenia działalności gospodarczej niż dla pozostałych przedsiębiorstw. Wynika to ze specyfiki działalności eksportowej.

Dla celów analitycznych bariery odczuwane przez eksporterów podzielić można na cztery grupy⁹:

- bariery popytowe (niedostateczny popyt, konkurencja na rynku eksportowym);
- bariery podażowe (konieczność znalezienia pracowników znających problematykę eksportu i znających obce języki, konieczność znalezienia partnerów handlowych za granicami kraju (dystrybutorów eksportowanych towarów), niedobór surowców, materiałów i półfabrykatów z przyczyn pozafinansowych, brak odpowiedniego parku maszynowego);
- bariery finansowe (wysokie obciążenia fiskalne, niekorzystne warunki kredytowe, koszty poszukiwania partnerów handlowych (pośredników, odbiorców), koszty uczestnictwa w zagranicznych targach i wystawach, koszty ściągania należności zza granicy, konieczność odwiedzania rynków eksportowych);
- bariery systemowe i ogólnogospodarcze (niejasne i niespójne przepisy prawne, konieczność przygotowania skomplikowanej dokumentacji związanej z handlem zagranicznym, handlowe bariery taryfowe i pozataryfowe).

Wśród wymienionych barier, część posiada charakter uniwersalny i stanowi przeszkodę w prowadzeniu działalności gospodarczej również dla przedsiębiorstw nieprowadzących działalności eksportowej. Większość z nich jest jednak specyficzna i dotyczy wyłącznie eksporterów.

Bariera niedostatecznego popytu dotyczy przede wszystkim przedsiębiorstw, które prowadzą działalność eksportową od dłuższego czasu i zdążyły się wyspecjalizować w dostawach na jeden bądź więcej określonych rynków. Teoretycznie można bowiem powiedzieć, że w skali przedsiębiorstwa, światowy popyt na jego produkty jest nieograniczony. Prowadząc działalność eksportową zawsze można bowiem wyszukać nowy rynek, na którym znajdują się potencjalni nabywcy na produkt przedsiębiorstwa (pomijając koszty dotarcia do potencjalnego odbiorcy oraz koszty transportu). Bariera ta staje się jednak uciążliwa, kiedy na rynku, do którego przedsiębiorstwu udało się już dotrzeć, następuje spadek popytu na jego produkty.

Charakter bariery konkurencji na rynku eksportowym jest analogiczny jak w przypadku bariery konkurencji na rynku krajowym. Istnieje duży związek między zdolnością przedsiębiorstwa do sprostania tej barierze, a jego konkurencyjnością. Przedsiębiorstwu, którego produkty są na określonym rynku konkurencyjne, nawet wysoki poziom konkurencji na rynku nie jest w stanie zaszkodzić. W przedsiębiorstwach prowadzących działalność eksportową negatywnie na poziom konkurencyjności wpływają dodatkowo koszty przygotowania jego produktów do sprzedaży za granicą oraz koszty transportu. Wspomnieć należy także o przyzwyczajeniu części konsumentów, którzy mogą preferować produkty pochodzenia miejscowego.

Problem znalezienia wykwalifikowanego personelu znającego języki obce i zagadnienia związane z eksportem związany jest ściśle z rynkiem pracy, do którego dostęp ma przedsiębiorca. W wielu regionach Polski Wschodniej wyszukanie takiego personelu stanowić może problem większy niż w pozostałych regionach, w szczególności gdy chodzi o prowadzenie działalności na rynki zachodnioeuropejskie. Poniżej ogólnopolskiej średniej jest tam zarówno gęstość zaludnienia, jak i średni poziom wykształcenia. Wynika z tego, że osób z określonymi umiejętnościami może być w tym regionie mniej niż w innych regionach Polski.

⁹ Podział za: J. Chojna, E. Duchnowska, *Sytuacja koniunkturalna i bariery działalności polskich eksporterów. Wyniki badań metodą testu koniunktury*, IBRKK, Warszawa 2007, s. 60-61.

Barierę konieczności znalezienia odpowiednich przedstawicieli i dystrybutorów za granicą łączyć można z dwoma zagadnieniami. Po pierwsze, zauważyć warto, że w dużej mierze wiąże się ona ze stanem koniunktury gospodarczej kraju, do którego przedsiębiorstwo ma eksportować swoje towary. Pogorszenie koniunktury gospodarczej niesie ze sobą spadek popytu i trudności z ulokowaniem oferty na rynku. Po drugie, wymaga od przedsiębiorcy poniesienia określonych kosztów, związanych z zatrudnieniem dodatkowego personelu, wizytami za granicą itp. Nieocenioną pomocą dla przedsiębiorców są współczesne rozwiązania technologiczne, pozwalające na wyszukiwanie kooperantów za pośrednictwem Internetu. Biorąc pod uwagę ten fakt, należy zauważyć, że dla przedsiębiorstw posługujących się tym narzędziem, omawiana bariera nie jest związana ściśle z ulokowaniem działalności w Polsce Wschodniej lub w innym regionie kraju.

Kolejne dwie bariery – niedobór surowców, materiałów i półfabrykatów z przyczyn pozafinansowych oraz brak odpowiedniego parku maszynowego – dotyczyć może w takim samym stopniu przedsiębiorstw eksportujących swoje produkty, jak i dostarczających je na rynek krajowy. Niedobór surowców, materiałów i półfabrykatów wiąże się ze wzrostem ich ceny, czyli wzrostem kosztów produkcji i zmniejszeniem konkurencyjności przedsiębiorstwa. Przykładem takiej bariery dla eksporterów z Polski Wschodniej może być w ostatnich latach niedobór drewna na polskim rynku, uderzający bezpośrednio w producentów mebli, mających duży udział w eksporcie towarów z tego regionu.

Również kolejne dwie bariery, zaliczone do grupy barier finansowych (wysokie obciążenia fiskalne, niekorzystne warunki kredytowe), posiadają charakter uniwersalny i dotyczą w takim samym stopniu eksporterów, jak i nieeksporterów. Poziom rozwoju rynku kapitałowego w Polsce sprawia, że nie ma istotnych różnic w dostępie do kapitału dla przedsiębiorstw ulokowanych w różnych regionach kraju. Nieco inaczej sprawa przedstawia się w przypadku obciążeń fiskalnych. Poza podatkami odprowadzanymi do budżetu centralnego (CIT, PIT, VAT, akcyza) istnieją także podatki lokalne, których stawki różnić się mogą w poszczególnych regionach. Wysokość podatków wpływa bezpośrednio na wyniki finansowe przedsiębiorstw oraz na ich zdolność do konkurencyjności – m.in. na rynkach eksportowych. Niższe podatki lokalne mogą być zatem magnesem przyciągającym inwestorów. Szczególnie ciekawe wydaje się być pod tym względem funkcjonowanie specjalnych stref ekonomicznych i ich ocena pod kątem porównania zdolności eksportowych z pozostałymi obszarami regionu. W regionie Polski Wschodniej funkcjonują specjalna strefa ekonomiczna: suwalska, warmińsko-mazurska, mielecka, starachowicka i tarnobrzaska.

Bariera kosztów związanych z egzekwowaniem należności od niesolidnych dłużników za granicą wynika z funkcjonowania przedsiębiorstwa eksportującego poza systemem prawnym kraju, w którym rezyduje dłużnik. Odmiennosc przepisów i procedur w postępowaniach egzekucyjnych za granicą, wpływają na znaczący wzrost kosztów odzyskiwania należności. Eksporterzy działający w Polsce Wschodniej znaczącą część swojej sprzedaży zagranicznej kierują na rynki krajów Unii Europejskiej. Stawia to ich w lepszej sytuacji, niż gdyby specjalizowali się w handlu pozawspólnotowym. Dzięki funkcjonującym w UE procedurom, odzyskiwanie należności od czasu przystąpienia Polski do Unii stało się znacząco prostsze.

Potrzebę odwiedzania rynków eksportowych w celach związanych ze sprzedażą oferowanych produktów traktować należy jako barierę w tym rozumieniu, że generuje określone koszty. Zwrócić należy jednak uwagę, że w Polsce Wschodniej większość przychodów eksportowych generowana jest przez przedsiębiorstwa duże. Dla takich firm koszty związane z zagranicznymi wizytami, czy uczestnictwem w targach, stanowią niewielki odsetek kosztów i nie mogą być traktowane jako znaczące utrudnienie. Inaczej problem wygląda w przypadku przedsiębiorstw z sektora MSP, dla których koszty dotarcia i kontaktów z zagranicznymi odbiorcami mogą być istotne.

Problem niejasnych i niespójnych przepisów prawnych oraz konieczności przygotowania skomplikowanej dokumentacji związanej z handlem zagranicznym mają charakter administracyjny. Skomplikowane, niejasne i niespójne przepisy prawne dotyczą wprowadzie wszystkich przedsiębiorstw. Niemniej jednak przedsiębiorstwa eksportujące swoje towary lub usługi, liczyć się muszą dodatkowo z koniecznością dostosowania się do przepisów obowiązujących na rynku, na którym produkty te są sprzedawane. To samo odnosi się również do dokumentacji handlowej. Nadmienić należy, że dzięki funkcjonowaniu Jednolitego Rynku Europejskiego procedury związane z dostawami wewnątrzspółnotowymi są znacznie prostsze i mniej kosztowne niż w przypadku eksportu poza obszar UE.

Ostatnimi spośród wymienionych barier są tzw. handlowe bariery taryfowe i pozataryfowe. Do barier taryfowych zalicza się przede wszystkim: cła regularne, cła dyskryminujące, cła kompensacyjne, cła antydumpingowe oraz taryfy kombinowane. Wśród barier pozataryfowych wymienić należy: embargo, kontyngent, rządowe zakupy ukierunkowane, pozwolenia eksportowe, licencje importowe, normy, procedury celne, restrykcje sanitarne oraz subwencje. Wymienione bariery nie dotyczą przedsiębiorstw kierujących swoją produkcją na rynki państw członkowskich Unii Europejskiej. Proces pogłębiającej się latami integracji europejskiej stopniowo je eliminował. Na Jednolitym Rynku Europejskim żadna z wymienionych barier nie ma prawa funkcjonować. W przypadku przedsiębiorstw kierujących swój eksport poza UE niektóre z nich mogą stanowić przeszkodę w swobodnym rozwoju stosunków handlowych.

3.9 Wybrane instrumenty wsparcia eksportu

Działania podejmowane w celu intensyfikacji regionalnego eksportu, można podzielić na dwie grupy: promocyjne i finansowe. Granica między tymi działaniami jest jednak płynna, gdyż obie formy wsparcia wzajemnie przenikają się. Oba rodzaje działań są prowadzone głównie przez biura promocji eksportu, które powstają na szczeblu krajowym bądź regionalnym.

Zakres możliwych działań promocyjnych jest bardzo szeroki. Bardzo istotnym czynnikiem promowania eksportu regionalnych przedsiębiorstw jest organizowanie i uczestnictwo w targach i wystawach, zarówno w kraju jak i za granicą¹⁰. W ten sposób firmy uzyskują możliwość bezpośredniego zaoferowania swoich produktów potencjalnym odbiorcom. Obecność na takich imprezach nie gwarantuje natychmiastowego sukcesu, jest jednak na pewno koniecznością dla firm dążących do poszerzenia zakresu możliwości eksportowych i planujących nawiązać nowe kontakty handlowe. Eksporterzy bardzo chętnie korzystają również z możliwości dofinansowania udziału w targach i wystawach za granicą. Przykłady takiej formy wsparcia stają się coraz liczniejsze.

Inną formą działań promujących eksport jest finansowanie lub współfinansowanie wszelkich publikacji, zajmujących się promocją eksportu. Są one zwykle kierowane zarówno do ewentualnych odbiorców produktów krajowego przedsiębiorstwa, bądź też do rodzimych przedsiębiorstw, planujących podjąć się sprzedaży swoich produktów za granicą. W pierwszym przypadku publikacje takie zawierają oferty konkretnych produktów i spis przedsiębiorstw zainteresowanych eksportem. W drugim, takie wydawnictwo jest poradnikiem, zawierającym informacje o tym, co jest konieczne do rozpoczęcia działalności eksportowej; jakie instytucje zajmują się promocją eksportu oraz na jakie wsparcie ze strony instytucji publicznych może liczyć eksporter.

Wydawaniem takich informatorów i broszur ofertowych często zajmują się różne instytucje wspierające działalność eksportową. Są to zarówno biura działające na szczeblu ogólnokra-

¹⁰ Listę targów i wystaw, na których warto promować główne sektory Polski Wschodniej zamieszczono w Załączniku 2

jowym, jak również i regionalnym. Prowadzą one m.in. portale internetowe dla eksporterów na których prezentowane są różnego rodzaju informacje niezbędne do prowadzenia działalności eksportowej (np. o charakterze organizacyjnym, technicznym, prawnym i finansowym). Przykładowo kanadyjski portal www.coreindex.com zawiera oferty przedsiębiorstw, które poszukują zarówno zagranicznych odbiorców, jak również zagranicznych dostawców.

Częstą barierą podjęcia eksportu są certyfikaty jakości funkcjonujące w kraju odbiorcy. Uzyskanie takiego certyfikatu wiąże się zwykle ze koniecznością poniesienia znacznych nakładów organizacyjnych i finansowych. Coraz częstszą praktyką staje się więc udzielanie finansowego wsparcia eksporterów zainteresowanych uzyskaniem takiego certyfikatu.

Regionalne instytucje promujące eksport powinny też ściśle współpracować zarówno z urzędami centralnymi i lokalnymi, jak również z innymi instytucjami o podobnym zakresie działania. Tego rodzaju współpraca jest zalecana przez większość instytucji zajmujących się promowaniem eksportu. Współpraca taka okazuje się zwykle bardzo korzystna. Biuro promujące może wówczas reprezentować eksportera zarówno w kontaktach z instytucjami państwowymi, jak również w kontaktach z innymi instytucjami i agencjami wspierającymi działalność eksportową. Współpraca gwarantuje też łatwiejszy dostęp do ważnych dla eksporterów informacji rynkowych.

Kolejną istotną formą promocji eksporterów są misje gospodarcze. Ich organizatorami są najczęściej regionalne biura promocji eksportu, które często pokrywają także koszty samej misji. Program misji obejmuje udział w targach, konferencjach i spotkaniach z ewentualnymi kontrahentami. Jest to niewątpliwie bardzo dobra okazja do promowania regionalnego eksportu i nawiązywania kontaktów z potencjalnymi odbiorcami.

Załącznik 1

Tabela Z1			Kraj																											
Kod	Sekcja CN	Wspł.	Kanada	Białoruś	Litwa	Ukraina	Słowenia	Stary Zjedn.	Łotwa	Bulgaria	Słowacja	Estonia	Chiny	Belgia	Szwajcaria	Rumunia	Rosja	Francia	Niderlandy	Węgry	Dania	Austria	Niemcy	Wielka Brytania	Włochy	Hiszpania	Czechy	Szwecja	Norwegia	
1	88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	5,97																											
2	40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	5,01																											
3	59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone...	4,87																											
4	01	Zwierzęta żywe	4,44																											
5	08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych...	3,99																											
6	31	Nawozy	3,03																											
7	44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	2,62																											
8	70	Szkoło i wyroby ze szkła	2,34																											
9	69	Wyroby ceramiczne	2,15																											
10	29	Chemikalia organiczne	2,03																											
11	20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów...	1,91																											
12	94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace...	1,81																											
13	04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	1,77																											
14	07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	1,64																											
15	02	Mięso i podroby jadalne	1,56																											
16	68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu,...	1,43																											
17	72	Żeliwo i stal	1,39																											
18	84	Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	1,25																											
19	76	Aluminium i artykuły z aluminium	1,24																											
20	03	Ryby i skorupiaki	1,21																											
21	63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy;...	1,17																											
22	62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	1,10																											
23	73	Artykuły z żeliwa lub stali	0,99																											
24	39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	0,94																											
25	48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru...	0,90																											
26	87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	0,47																											
27	89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	0,24																											
28	85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	0,18																											

WST>1

WSK>1

WST>1

WSK<1

WST<1

WSK>1

WST<1

WSK<1

Tabela Z2			Kraj	Kanada	Słowacja	Litwa	Węgry	Łotwa	Białoruś	Dania	Estonia	Czechy	Szwajcaria	Stany Zjedn.	Norwegia	Niemcy	Rumunia	Austria	Rosja	Włochy	Belgia	Wielka Brytania	Francja	Chiny	Szwecja	Niderlandy	Hiszpania	Ukraina	Bułgaria	Słowenia
Kod	Sekcja CN	Zmiana wspł.	1,62	0,42	0,33	0,32	0,29	0,19	0,17	0,13	0,08	0,06	0,03	0,02	0,02	0,01	0,00	-0,01	-0,02	-0,02	-0,05	-0,08	-0,15	-0,16	-0,32	-0,39	-0,42	-0,46	-0,49	
1 01	Zwierzęta żywe	1,90	dWST>0 dWSK>0														dWST>0 dWSK<0													
2 08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrus...	1,40																												
3 88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	0,81																												
4 72	Żeliwo i stal	0,74																												
5 44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	0,53																												
6 40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	0,48																												
7 76	Aluminium i artykuły z aluminium	0,42																												
8 07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	0,35																												
9 84	Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	0,33																												
10 03	Ryby i skorupiaki	0,24																												
11 68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu...	0,21																												
12 20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów ...	0,21																												
13 39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	0,20																												
14 69	Wyroby ceramiczne	0,17																												
15 73	Artykuły z żeliwa lub stali	0,13																												
16 29	Chemikalia organiczne	0,10																												
17 63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy;...	0,08																												
18 48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru	0,07																												
19 70	Szkło i wyroby ze szkła	0,03																												
20 62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	-0,02																											dWST<0 dWSK>0	
21 89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	-0,02																												
22 87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	-0,03																												
23 94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace ...	-0,11																												
24 04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	-0,30																												
25 31	Nawozy	-0,33																												
26 85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	-0,62																												
27 59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone ...	-0,80																												
28 02	Mięso i podroby jadalne	-1,03																												

Tabela Z3 (kryterium 0%)

Kod	Dział CN	Austria	Belgia	Białoruś	Bulgaria	Chiny	Dania	Estonia	Francja	Hiszpania	Kanada	Litwa	Łotwa	Niderlandy	Niemcy	Norwegia	Czechy	Rosja	Rumunia	Słowacja	Słowenia	Stany Zjedn.	Szwajcaria	Szwecja	Ukraina	Węgry	Wlk. Brytania	Włochy
1 01	Zwierzęta żywe	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	19%	1%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	1%	1%	0%	0%	8%	10%	1%	29%
2 02	Mięso i podroby jadalne	3%	2%	7%	0%	0%	2%	0%	4%	2%	0%	11%	0%	10%	25%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	14%	2%	3%	9%
3 03	Ryby i skorupiaki	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	9%	0%	0%	0%	3%	1%	82%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	0%
4 04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	0%	5%	0%	3%	0%	1%	0%	2%	1%	1%	2%	1%	8%	18%	0%	6%	10%	0%	7%	0%	1%	0%	0%	1%	13%	2%	6%
5 07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	1%	1%	3%	0%	0%	1%	1%	2%	1%	0%	5%	1%	5%	27%	0%	4%	7%	2%	4%	0%	0%	0%	2%	10%	2%	10%	0%
6 08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	2%	7%	3%	0%	0%	2%	0%	8%	0%	0%	2%	0%	13%	29%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	0%	1%	2%	20%	0%	5%	1%
7 20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozost. części roślin	11%	10%	0%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	1%	29%	24%	0%	1%	2%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	1%	11%	0%
8 29	Chemikalia organiczne	4%	5%	1%	0%	27%	1%	0%	1%	5%	0%	1%	0%	1%	16%	3%	1%	1%	0%	5%	3%	1%	0%	3%	2%	1%	2%	4%
9 31	Nawozy	1%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	32%	1%	0%	5%	0%	0%	11%	0%	11%	0%	0%	7%	0%	9%	0%	2%	1%	1%	10%	1%
10 39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	1%	2%	5%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	0%	8%	4%	1%	21%	0%	5%	12%	2%	7%	0%	1%	0%	1%	15%	2%	1%	1%
11 40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	1%	1%	1%	0%	0%	0%	0%	14%	6%	0%	0%	1%	4%	19%	0%	2%	6%	3%	2%	3%	1%	1%	3%	3%	5%	5%	9%
12 44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	3%	2%	4%	0%	0%	3%	0%	6%	2%	0%	6%	1%	3%	19%	3%	3%	4%	1%	3%	0%	1%	2%	5%	6%	1%	7%	7%
13 48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	0%	0%	2%	4%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	3%	1%	16%	0%	8%	36%	7%	4%	0%	0%	0%	0%	8%	1%	1%	0%
14 59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; (...)	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	23%	17%	0%	0%	0%	5%	17%	0%	0%	5%	1%	0%	0%	6%	1%	0%	3%	4%	0%	12%
15 62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	0%	6%	2%	0%	0%	5%	0%	21%	0%	0%	0%	0%	0%	40%	0%	0%	4%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	3%	1%	2%	10%
16 63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana	0%	1%	0%	0%	0%	17%	0%	2%	0%	0%	2%	1%	3%	26%	0%	2%	7%	0%	2%	0%	0%	1%	0%	9%	0%	1%	1%
17 68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki ...	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	3%	1%	1%	7%	1%	3%	30%	1%	5%	1%	1%	0%	3%	20%	2%	0%	5%
18 69	Wyroby ceramiczne	0%	2%	3%	1%	0%	0%	6%	2%	0%	0%	7%	2%	0%	5%	1%	8%	15%	5%	11%	0%	0%	0%	1%	18%	5%	1%	2%
19 70	Szkło i wyroby ze szkła	1%	1%	1%	0%	0%	3%	1%	9%	2%	0%	3%	0%	3%	20%	0%	2%	6%	1%	3%	0%	6%	0%	6%	7%	3%	14%	3%
20 72	Żeliwo i stal	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	1%	0%	3%	1%	1%	20%	1%	13%	2%	3%	10%	0%	0%	0%	0%	9%	6%	12%	5%
21 73	Artykuły z żeliwa lub stali	2%	2%	2%	0%	0%	5%	1%	5%	1%	0%	3%	0%	5%	36%	2%	3%	3%	2%	3%	0%	2%	1%	4%	9%	1%	3%	1%
22 76	Aluminium i artykuły z aluminium	4%	4%	1%	0%	0%	1%	0%	8%	0%	0%	1%	1%	2%	29%	1%	7%	2%	5%	5%	0%	0%	11%	2%	6%	1%	2%	2%
23 84	Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	2%	5%	5%	0%	1%	4%	0%	4%	2%	9%	1%	1%	8%	19%	1%	1%	5%	1%	0%	1%	7%	1%	1%	4%	0%	0%	0%
24 85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	0%	1%	4%	0%	0%	2%	0%	2%	1%	0%	3%	1%	2%	23%	1%	4%	11%	2%	3%	0%	2%	1%	2%	15%	1%	8%	2%
25 87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	1%	5%	2%	1%	0%	1%	1%	7%	3%	0%	1%	1%	3%	36%	1%	3%	2%	1%	1%	1%	0%	0%	2%	4%	7%	2%	13%
26 88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	8%	0%	16%	0%	0%	1%	6%	0%	2%	1%	0%	0%	0%	19%	0%	3%	0%	0%	8%	29%
27 89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	46%	7%	0%	0%	0%	3%	4%	16%	0%	1%	1%	0%	0%	1%	0%	2%	0%	0%	4%	4%
28 94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki ...	3%	3%	1%	2%	0%	1%	1%	4%	1%	0%	2%	2%	3%	29%	1%	10%	3%	2%	3%	0%	2%	1%	3%	3%	2%	7%	4%

Tabela Z4 (kryterium od 5%)

Kod	Dział CN	Państwa																							
		Austria	Belgia	Białoruś	Chiny	Dania	Estonia	Francja	Hiszpania	Kanada	Litwa	Niderlandy	Niemcy	Norwegia	Czechy	Rosja	Rumunia	Słowacja	Stary Zjedn.	Szwajcaria	Szwecja	Ukraina	Węgry	Wlk. Brytania	Włochy
1 01	Zwierzęta żywe	-	-	-	-	-	-	-	-	-	19%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8%	10%	-	29%
2 02	Mięso i podroby jadalne	-	-	7%	-	-	-	-	-	-	11%	10%	25%	-	-	-	-	-	-	-	-	14%	-	-	9%
3 03	Ryby i skorupiaki	-	-	-	-	-	-	9%	-	-	-	-	82%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	-	5%	-	-	-	-	-	-	-	-	8%	18%	-	6%	10%	-	7%	-	-	-	-	13%	-	6%
5 07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5%	27%	-	-	7%	-	-	-	-	-	-	10%	-	10%
6 08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	-	7%	-	-	-	-	8%	-	-	-	13%	29%	-	-	-	-	-	-	-	-	2-	-	-	-
7 20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozost. części roślin	11%	10%	-	-	-	-	-	-	-	-	29%	24%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	11%	-
8 29	Chemikalia organiczne	-	5%	-	27%	-	-	-	5%	-	-	-	16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9 31	Nawozy	-	-	-	-	-	-	32%	-	-	5%	-	11%	-	11%	-	-	7%	9%	-	-	-	-	10%	-
10 39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	-	-	5%	-	-	-	-	-	-	8%	-	21%	-	5%	12%	-	7%	-	-	-	-	15%	-	-
11 40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	-	-	-	-	-	-	14%	6%	-	-	-	19%	-	-	6%	-	-	-	-	-	-	-	-	9%
12 44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	-	-	-	-	-	-	6%	-	-	6%	-	19%	-	-	-	-	-	-	-	-	5%	6%	-	7%
13 48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16%	-	8%	36%	7%	-	-	-	-	-	8%	-	-
14 59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; (...)	-	-	-	-	-	-	23%	17%	-	-	5%	17%	-	-	5%	-	-	6%	-	-	-	-	-	12%
15 62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	-	6%	-	-	5%	-	21%	-	-	-	-	40%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10%
16 63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana	-	-	-	-	17%	-	-	-	-	-	-	26%	-	-	7%	-	-	-	-	-	-	9%	-	-
17 68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki ...	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7%	-	-	30%	-	-	-	-	-	-	20%	-	-
18 69	Wyroby ceramiczne	-	-	-	-	-	6%	-	-	-	7%	-	-	-	8%	15%	5%	11%	-	-	-	-	18%	5%	-
19 70	Szkło i wyroby ze szkła	-	-	-	-	-	-	9%	-	-	-	-	2-	-	-	6%	-	-	6%	-	6%	7%	-	14%	-
20 72	Żeliwo i stal	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2-	-	13%	-	-	10%	-	-	-	-	9%	6%	12%
21 73	Artykuły z żeliwa lub stali	-	-	-	-	-	-	5%	-	-	-	-	36%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9%	-	-
22 76	Aluminium i artykuły z aluminium	-	-	-	-	-	-	8%	-	-	-	-	29%	-	7%	-	-	-	-	11%	-	6%	-	-	-
23 84	Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	-	-	5%	-	-	-	-	-	-	9%	-	8%	19%	-	-	5%	-	-	7%	-	-	-	-	-
24 85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	23%	-	-	11%	-	-	-	-	-	-	15%	-	8%
25 87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	-	5%	-	-	-	-	7%	-	-	-	-	36%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7%	-	13%
26 88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	-	-	-	-	-	-	8%	-	16%	-	-	6%	-	-	-	-	-	19%	-	-	-	-	8%	29%
27 89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	-	-	-	-	-	-	46%	7%	-	-	-	-	16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
28 94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki ...	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	29%	-	10%	-	-	-	-	-	-	-	-	7%	-

Tabela Z5 (kryterium od 10%)

Kod	Dział CN	Austria	Belgia	Chiny	Dania	Francja	Hiszpania	Kanada	Litwa	Niderlandy	Niemcy	Norwegia	Czechy	Rosja	Słowacja	Stany Zjedn.	Szwajcaria	Ukraina	Węgry	Wlk. Brytania	Włochy
		1 01	Zwierzęta żywe	-	-	-	-	-	-	-19%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2 02	Mięso i podroby jadalne	-	-	-	-	-	-	-11%	-	-25%	-	-	-	-	-	-	-14%	-	-	-	-
3 03	Ryby i skorupiaki	-	-	-	-	-	-	-	-	-82%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4 04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	-	-	-	-	-	-	-	-	-18%	-	-	-	-	-	-	-	-13%	-	-	-
5 07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	-	-	-	-	-	-	-	-	-27%	-	-	-	-	-	-	-10%	-	-10%	-	-
6 08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	-	-	-	-	-	-	-	-13%	29%	-	-	-	-	-	-	-20%	-	-	-	-
7 20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozost. części roślin	11%	10%	-	-	-	-	-	-29%	24%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-11%	-
8 29	Chemikalia organiczne	-	-27%	-	-	-	-	-	-	-16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
9 31	Nawozy	-	-	-	-32%	-	-	-	-	-11%	-	-11%	-	-	-	-	-	-	-	-10%	-
10 39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	-	-	-	-	-	-	-	-	-21%	-	-	-12%	-	-	-	-15%	-	-	-	-
11 40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	-	-	-	-14%	-	-	-	-	-19%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12 44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	-	-	-	-	-	-	-	-	-19%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13 48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	-	-	-	-	-	-	-	-	-16%	-	-	-36%	-	-	-	-	-	-	-	-
14 59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; (...)	-	-	-	-23%	17%	-	-	-	-17%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-12%
15 62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	-	-	-	-21%	-	-	-	-	-40%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16 63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana	-	-	-17%	-	-	-	-	-	-26%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
17 68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki ...	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-30%	-	-	-	-20%	-	-	-	-
18 69	Wyroby ceramiczne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-15%	11%	-	-	-18%	-	-	-	-
19 70	Szkło i wyroby ze szkła	-	-	-	-	-	-	-	-	-20%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-14%	-
20 72	Żeliwo i stal	-	-	-	-	-	-	-	-	-20%	-	-13%	-10%	-	-	-	-	-	-	-12%	-
21 73	Artykuły z żeliwa lub stali	-	-	-	-	-	-	-	-	-36%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22 76	Aluminium i artykuły z aluminium	-	-	-	-	-	-	-	-	-29%	-	-	-	-	-	-	-11%	-	-	-	-
23 84	Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	-	-	-	-	-	-	-	-	-19%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24 85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	-	-	-	-	-	-	-	-	-23%	-	-11%	-	-	-	-	-15%	-	-	-	-
25 87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	-	-	-	-	-	-	-	-	-36%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-13%
26 88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	-	-	-	-	-	-16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-19%	-	-	-	-	-29%
27 89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	-	-	-	-46%	-	-	-	-	-	-16%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
28 94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki ...	-	-	-	-	-	-	-	-	-29%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Tabela Z6 (kryterium od 15%)

Kod	Dział CN	Chiny	Dania	Francja	Hiszpania	Kanada	Litwa	Niderlandy	Niemcy	Norwegia	Rosja	Stany Zjedn.	Ukraina	Włochy
1 01	Zwierzęta żywe	-	-	-	-	-	19%	-	-	-	-	-	-	29%
2 02	Mięso i podroby jadalne	-	-	-	-	-	-	-	25%	-	-	-	-	-
3 03	Ryby i skorupiaki	-	-	-	-	-	-	-	82%	-	-	-	-	-
4 04	Produkty mleczarskie; jaja ptasie; miód naturalny	-	-	-	-	-	-	-	18%	-	-	-	-	-
5 07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	-	-	-	-	-	-	-	27%	-	-	-	-	-
6 08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	-	-	-	-	-	-	-	29%	-	-	20%	-	-
7 20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozost. części roślin	-	-	-	-	-	-	29%	24%	-	-	-	-	-
8 29	Chemikalia organiczne	27%	-	-	-	-	-	-	16%	-	-	-	-	-
9 31	Nawozy	-	32%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
10 39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	-	-	-	-	-	-	-	21%	-	-	15%	-	-
11 40	Kauczuk i artykuły z kauczuku	-	-	-	-	-	-	-	19%	-	-	-	-	-
12 44	Drewno i artykuły z drewna; węgiel drzewny	-	-	-	-	-	-	-	19%	-	-	-	-	-
13 48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	-	-	-	-	-	-	-	16%	36%	-	-	-	-
14 59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; (...)	-	23%	17%	-	-	-	-	17%	-	-	-	-	-
15 62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	-	21%	-	-	-	-	-	40%	-	-	-	-	-
16 63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana	-	17%	-	-	-	-	-	26%	-	-	-	-	-
17 68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki ...	-	-	-	-	-	-	-	-	30%	20%	-	-	-
18 69	Wyroby ceramiczne	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	18%	-	-
19 70	Szkło i wyroby ze szkła	-	-	-	-	-	-	-	20%	-	-	-	-	-
20 72	Żeliwo i stal	-	-	-	-	-	-	-	20%	-	-	-	-	-
21 73	Artykuły z żeliwa lub stali	-	-	-	-	-	-	-	36%	-	-	-	-	-
22 76	Aluminium i artykuły z aluminium	-	-	-	-	-	-	-	29%	-	-	-	-	-
23 84	Kotły, maszyny i urządzenia mechaniczne; ich części	-	-	-	-	-	-	-	19%	-	-	-	-	-
24 85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	-	-	-	-	-	-	-	23%	-	-	15%	-	-
25 87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	-	-	-	-	-	-	-	36%	-	-	-	-	-
26 88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	-	-	-	16%	-	-	-	-	-	19%	29%	-	-
27 89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	-	46%	-	-	-	-	-	16%	-	-	-	-	-
28 94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki ...	-	-	-	-	-	-	-	29%	-	-	-	-	-

Tabela Z7 (kryterium od 20%)

	Kod	Dział CN	Chiny	Francja	Niderlandy	Niemcy	Rosja	Ukraina	Włochy
1	01	Zwierzęta żywe	-	-	-	-	-	-	-29%
2	02	Mięso i podroby jadalne	-	-	-	25%	-	-	-
3	03	Ryby i skorupiaki	-	-	-	82%	-	-	-
4	07	Warzywa oraz niektóre korzenie i bulwy jadalne	-	-	-	27%	-	-	-
5	08	Owoce i orzechy jadalne; skórki owoców cytrusowych lub melonów	-	-	-	29%	-	-	-
6	20	Przetwory z warzyw, owoców, orzechów lub pozost. części roślin	-	-	29%	24%	-	-	-
7	29	Chemikalia organiczne	27%	-	-	-	-	-	-
8	31	Nawozy	-	32%	-	-	-	-	-
9	39	Tworzywa sztuczne i artykuły z nich	-	-	-	21%	-	-	-
10	48	Papier i tektura; artykuły z masy papierniczej, papieru lub tektury	-	-	-	-	36%	-	-
11	59	Tekstylia impregnowane, pokryte, powleczone lub laminowane; (...)	-	23%	-	-	-	-	-
12	62	Odzież i dodatki odzieżowe, inne niż z dzianin	-	21%	-	40%	-	-	-
13	63	Pozostałe gotowe artykuły włókiennicze; zestawy; odzież używana	-	-	-	26%	-	-	-
14	68	Artykuły z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki ...	-	-	-	-	30%	20%	-
15	73	Artykuły z żeliwa lub stali	-	-	-	36%	-	-	-
16	76	Aluminium i artykuły z aluminium	-	-	-	29%	-	-	-
17	85	Maszyny i urządzenia elektryczne oraz ich części	-	-	-	23%	-	-	-
18	87	Pojazdy nieszynowe oraz ich części i akcesoria	-	-	-	36%	-	-	-
19	88	Statki powietrzne, statki kosmiczne i ich części	-	-	-	-	-	-	-29%
20	89	Statki, łodzie oraz konstrukcje pływające	-	46%	-	-	-	-	-
21	94	Meble; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki ...	-	-	-	29%	-	-	-

Załącznik 2

Lista targów w kraju (branża, kraj/miasto, nazwa)		
Źródło: <i>Targi w Polsce i targi za granicą z udziałem polskich wystawców 2009</i> , Polska Izba Przemysłu Targowego		
Branża	Kraj/Miasto	Nazwa targów
Obróbka drewna	Polska/ Kielce	LAS-EXPO – Targi Przemysłu Drzewnego i Gospodarki Zaso- bami Leśnymi
	Polska/Poznań	DREMA – Międzynarodowe Targi Maszyn i Narzędzi dla Przemysłu Drzewnego i Meblarskiego
	Polska/Poznań	FURNICA – Międzynarodowe Targi Komponentów do Produk- cji Mebli
	Polska/Rogów	Targi Leśne – Międzynarodowe Targi Leśne
	Polska/Lublin	LUBDOM JESIEŃ – Lubelskie Targi Budowlane
	Polska/Katowice	DREMASILESIA – MEBELTECHEXPO – Targi Maszyn i Na- rzędzi do Obróbki Drewna
	Polska/Łódź	Ogólnopolski Salon Dekarski
Gastronomia, hotelarstwo, sklepy	Polska/Warszawa	MIĘSO I WĘDLINY – Międzynarodowe Targi Mięso i Wędliny
	Polska/Łódź	NA STYKU KULTUR – Międzynarodowe Targi Regiony Tury- styczne
	Polska/Warszawa	GASTRO – Międzynarodowe Targi Gastronomiczne
	Polska/Katowice	GLOB – Międzynarodowe Targi Turystyki, Sprzętu Turystycz- nego, Żeglarskiego i Sportowego
	Polska/Gdańsk	BALPIEK – Targi Piekarstwa, Cukiernictwa i Lodziarstwa / Fair of Bakery, Confectionery and Ice-Cream Products
	Polska/Gdańsk	MLECZNA REWIA – Targi Mleczarstwa
	Polska/Gdańsk	GASTROEXPO – Targi Wyposażenia i Zaopatrzenia Obiektów Gastronomicznych, Hoteli i Sklepów
	Polska/Kielce	BAKEPOL – Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego
	Polska/Kraków	SPA & WELLNESS – Targi Wyposażenia, Usług i Obiektów
	Polska/Poznań	POLAGRA-TECH – Międzynarodowe Targi Technologii Spo- żywczych
	Polska/Poznań	GASTRO – TRENDY – Międzynarodowe Targi Gastronomii
	Polska/Poznań	POLAGRA-FOOD – Międzynarodowe Targi Wyrobów Spo- żywczych i Gastronomii
	Polska/Kielce	GASTRO-TECH – Targi Wyposażenia dla Piekarstwa, Gastro- nomii i Przemysłu Przetwórczego
	Polska/Poznań	INVEST-HOTEL – Targi Wyposażenia Hoteli
	Polska/Poznań	TOUR SALON – Targi Regionów i Produktów Turystycznych
	Polska/Poznań	WORLD HOTEL – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Obiektów Hotelowych
	Polska/Kraków	GASTROFOOD – Targi Artykułów Spożywczych i Napojów dla Gastronomii
Polska/Kraków	HORECA – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Ga- stronomii	
Żywność, ma- szyny i urzą- dzenia dla przemysłu spo- żywczego	Polska/Warszawa	MIĘSO I WĘDLINY – Międzynarodowe Targi Mięso i Wędliny
	Polska/Lublin	GASTRO – 12. Międzynarodowe Targi Gastronomiczne
	Polska/Warszawa	EUROGASTRO – Międzynarodowe Targi Gastronomiczne
	Polska/Gdańsk	BALPIEK – Targi Piekarstwa, Cukiernictwa i Lodziarstwa
	Polska/Gdańsk	MLECZNA REWIA – Targi Mleczarstwa

	Polska/Gdańsk	GASTROEXPO – Targi Wyposażenia i Zaopatrzenia Obiektów Gastronomicznych, Hoteli i Sklepów
	Polska/Szczecin	ORGANIC – Giełda Zdrowej Żywności i Produktów Naturalnych – Wiosna
	Polska/Kielce	BAKEPOL – Targi Przemysłu Piekarskiego i Cukierniczego
	Polska/Poznań	POLAGRA-TECH – Międzynarodowe Targi Technologii Spożywczych
	Polska/Poznań	Międzynarodowy Salon Dodatków do Żywności
	Polska/Poznań	GASTRO – TRENDY – Międzynarodowe Targi Gastronomii
	Polska/Poznań	PAKFOOD – Targi Opakowań dla Przemysłu Spożywczego
	Polska/Poznań	POLAGRA-FOOD – Międzynarodowe Targi Wyrobów Spożywczych i Gastronomii
	Polska/Kielce	GASTRO-TECH – Targi Wyposażenia dla Piekarstwa, Gastronomii i Przemysłu Przetwórczego
	Polska/Łódź	NATURA FOOD – Dni Naturalnej Żywności
	Polska/Kraków	ENOEXPO – Międzynarodowe Targi Wina
	Polska/Kraków	GASTROFOOD – Targi Artykułów Spożywczych i Napojów dla Gastronomii
	Polska/Kraków	HORECA – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hoteli i Gastronomii
	Polska/Warszawa	DNI OWOCÓW I WARZYW – Dni Owoców i Warzyw
	Polska/Szczecin	ORGANIC – Giełda Zdrowej Żywności i Produktów Naturalnych – Jesień
Meble, wyposażenie wnętrz	Polska/Łódź	INTERBUD – Targi Budowlane
	Polska/Warszawa	EUROGASTRO – Międzynarodowe Targi Gastronomiczne
	Polska/Lublin	LUBDOM WIOSNA – Lubelskie Targi Budowlane
	Polska/Olsztyn	SALON – MEBLE – WNĘTRZE – Targi Wyposażenia Mieszkań, Biur i Ogrodów
	Polska/Toruń	INVEST-TOR, OD DZIAŁKI PO DOM – Kujawsko-Pomorskie Targi Inwestycyjne, Targi Budownictwa i Targi Mieszaniowe
	Polska/Poznań	FURNICA – Międzynarodowe Targi Komponentów do Produkcji Mebli
	Polska/Kielce	DOM – Ogólnopolskie Targi Materiałów Budownictwa Mieszkaniowego i Wyposażenia Wnętrz
	Polska/Warszawa	MUREXPO – Ogólnopolskie Targi Budowlane
	Polska/Warszawa	MODNE WNĘTRZE – Targi Wyposażenia Wnętrz
	Polska/Kraków	SPA & WELLNESS – Targi Wyposażenia, Usług i Obiektów
	Polska/Poznań	BIURO – Targi Mebli Biurowych i Wyposażenia Biur
	Polska/Poznań	BUDMA INTERIOR – Targi Wykończenia i Renowacji Wnętrz
	Polska/Poznań	HOME DECOR – Targi Wyposażenia i Wystrój Wnętrz
	Polska/Poznań	MEBLE – Targi Mebli
	Polska/Kielce	SACROEXPO – Międzynarodowa Wystawa Budownictwa i Wyposażenia Kościołów, Sztuki Sakralnej i Dewocjonaliów
	Polska/Warszawa	IDEALNY DOM I WNĘTRZE – Międzynarodowe Targi Idealny Dom i Wnętrze
	Polska/Warszawa	BUDOWA REMONT DOM – Targi Budowlane
	Polska/Toruń	KONSERWACJE – Targi Konserwatorskie
	Polska/Toruń	KOŚCIOŁY – Targi Wyposażenia, Usług, Sztuki, Dewocjonaliów
	Polska/Łódź	INTERFLAT – Targi Wyposażenia Wnętrz oraz Artykułów i Usług dla Domu i Ogrodu
	Polska/Poznań	INVEST-HOTEL – Targi Wyposażenia Hoteli

	Polska/Warszawa	WORLD HOTEL – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Obiektów Hotelowych
	Polska/Kraków	HORECA – Międzynarodowe Targi Wyposażenia Hotelu i Gastronomii
	Polska/Szczecin	WSZYSTKO DLA DOMU – Targi Wykończenia i Wyposażenia Wnętrz
	Polska/Poznań	Festiwal Sztuki i Przedmiotów Artystycznych
Turystyka	Polska/Łódź	NA STYKU KULTUR – Międzynarodowe Targi Regiony Turystyczne
	Polska/Warszawa	WIATR I WODA – Targi Sportów Wodnych i Rekreacji
	Polska/Katowice	GLOB – Międzynarodowe Targi Turystyki, Sprzętu Turystycznego, Żeglarskiego i Sportowego
	Polska/Gdańsk	GTT – Gdańskie Targi Turystyczne
	Polska/Gdańsk	POLYACHT – Gdańskie Targi Sportów Wodnych
	Polska/Kielce	VOYAGER – Świętokrzyskie Targi Turystyki
	Polska/Warszawa	LATO – Targi Turystyki i Wypoczynku
	Polska/Szczecin	MARKET TOUR – Targi Turystyczne – Piknik Nad Odrą
	Polska/Lublin	LUBTOUR – Targi Turystyczne
	Polska/Gdynia	WIATR I WODA – Targi na Wodzie
	Polska/Warszawa	TT WARSAW – Międzynarodowe Targi Turystyczne
	Polska/Poznań	TOUR SALON – Targi Regionów i Produktów Turystycznych
	Polska/Poznań	BUY POLAND – Workshop dla Branży Turystycznej
	Polska/Poznań	BOATSHOW – Targi Żeglarstwa i Sportów Wodnych
	Leśnictwo, łowiectwo, ogrodnictwo	Polska/Poznań
Polska/Kielce		LAS-EXPO – Targi Przemysłu Drzewnego i Gospodarki Zasobami Leśnymi
Polska/Bydgoszcz		Wiosenny Kiermasz Ogrodniczy
Polska/Kielce		OGRÓD I TY – Targi Ogrodnicze i Działkowe
Polska/Katowice		FLOWERTARG – Targi Roślin Ozdobnych i Architektury Ogrodów
Polska/Szczecin		OGRÓD – Giełda Ogrodnicza i Pszczelarska
Polska/Lublin		EDEN – Targi Ogrodnicze
Polska/Olsztyn		OGRÓD – Targi Ogrodników i Działkowców
Polska/Lublin		PASJE – Targi Łowiecki, Strzeleckie i Paramilitarne
Polska/Olsztyn		OGRÓD – Targi Ogrodników i Działkowców
Polska/Lublin		AGRO PARK – Targi Rolnicze
Polska/Rogów		Targi Leśne – Międzynarodowe Targi Leśne
Polska/Olsztyn		OGRÓD – Targi Ogrodników i Działkowców
Polska/Poznań		PRO-HORTI – Salon Kontraktacji Ogrodniczych
Polska/Poznań		FARMA – Międzynarodowe Targi Hodowli Zwierząt i Rozwoju Obszarów Wiejskich
Polska/Poznań		KWO – Krajowa Wystawa Ogrodnicza / National Horticultural Exhibition
Polska/Lublin		ZOO PARK – Targi Zoologiczne
Polska/Warszawa	DNI OWOCÓW I WARZYW – Dni Owoców i Warzyw	
Żegluga, wyposażenie portów, budowa statków	Polska/Warszawa	WIATR I WODA – Targi Sportów Wodnych i Rekreacji
	Polska/Bydgoszcz	ŻAGLE – Targi Śródlądowego Sprzętu Pływającego
	Polska/Gdynia	WIATR I WODA – Targi na Wodzie
	Polska/Poznań	BOATSHOW – Targi Żeglarstwa i Sportów Wodnych
Jednostki pływające i osprzęt	Polska/Warszawa	WIATR I WODA – Targi Sportów Wodnych i Rekreacji
	Polska/Gdynia	WIATR I WODA – Targi na Wodzie
	Polska/Poznań	TOUR SALON – Targi Regionów i Produktów Turystycznych
	Polska/Poznań	BOATSHOW – Targi Żeglarstwa i Sportów Wodnych

Poligrafia, papier	Polska/Lublin	EDUKACJA – Targi Edukacyjne
	Polska/Łódź	FILM VIDEO FOTO – Targi Sprzętu Fotograficznego, Filmowego, Video i Kinowego
	Polska/Poznań	EURO-REKLAMA GIFT EXPO – Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych
	Polska/Poznań	EURO-REKLAMA OUTDOOR EXPO – Międzynarodowe Targi Artykułów i Usług Reklamowych
	Polska/Poznań	POLIGRAFIA – Międzynarodowe Targi Maszyn, Materiałów i Usług Poligraficznych
	Polska/Katowice	Śląskie Targi Książki
Chemia, petrochemia	Polska/Szczecin	CHEMIKA – Targi Przemysłu Chemicznego
	Polska/Katowice	EXPOCHEM KATOWICE – Targi Przemysłu Chemicznego
	Polska/Warszawa	EUROLAB – Międzynarodowe Targi Analityki i Technik Pomiarowych
	Polska/Lublin	BIOGAZ + ETANOL + ESTRY – Międzynarodowe Targi Biogazu, Estrów i Etanolu oraz Przetwórstwa Olejów i Tłuszczów z Surowców Odnawialnych
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: SURFEX – Salon Technologii Obróbki Powierzchni
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: HAPE – Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów
	Polska/Warszawa	NAFTA I GAZ – Międzynarodowe Targi Przemysłu Naftowego i Gazownictwa
	Polska/Kielce	TIWS – Targi Infrastruktury Wodno-Ściekowej
Ekologia, ochrona środowiska	Polska/Kielce	EKOTECH – Targi Ekologiczne, Komunalne, Surowców Wtórnych, Utylizacji i Recyklingu
	Polska/Kielce	ENEX; ENEX Nowa Energia – Międzynarodowe Targi Energetyki; Targi Odnawialnych Źródeł Energii
	Polska/Warszawa	EUROLAB – Międzynarodowe Targi Analityki i Technik Pomiarowych
	Polska/Szczecin	ENERGIA – Targi Energii Konwencjonalnej i Odnawialnej
	Polska/Katowice	INTERECO-ECODOM – Międzynarodowe Targi Technologii Ekologicznych, Pomiaru i Oszczędności Ciepła oraz Źródeł Energii
	Polska/Lublin	EDEN – Targi Ogrodnicze
	Polska/Poznań	EXPOPOWER – Międzynarodowe Targi Energetyki
	Polska/Poznań	GREENPOWER – Międzynarodowe Targi Energii Odnawialnej
	Polska/Bydgoszcz	WOD-KAN – Międzynarodowe Targi Maszyn i Urządzeń dla Wodociągów i Kanalizacji
	Polska/Warszawa	CENERG – Targi Czystej Energii
	Polska/Rogów	Targi Leśne – Międzynarodowe Targi Leśne
	Polska/Bydgoszcz	ECO-EURO-ENERGIA – Międzynarodowa Wystawa i Konferencja Procesorów Energii
	Polska/Lublin	ENERGETICS – Lubelskie Targi Energetyczne
	Polska/Poznań	Targi Pest Control i Higieny
	Polska/Poznań	KOMTECHNIKA – Międzynarodowe Targi Techniki Komunalnej
Polska/Poznań	POLEKO – Międzynarodowe Targi Ochrony Środowiska	
Sport, czas wolny, hobby	Polska/Warszawa	NA RYBY – Targi Sprzętu Wędkarskiego
	Polska/Łódź	Łódzkie Targi Edukacyjne
	Polska/Poznań	Targi Sprzętu Jeździeckiego
	Polska/Kielce	KIELCE SPORT-ZIMA – Międzynarodowe Targi Branży Sportowej i Outdoorowej

	Polska/Łódź	NA STYKU KULTUR – Międzynarodowe Targi Regiony Turystyczne
	Polska/Poznań	BODY STYLE – Salon Bielizny i Mody Plażowej
	Polska/Warszawa	WIATR I WODA – Targi Sportów Wodnych i Rekreacji
	Polska/Katowice	GLOB – Międzynarodowe Targi Turystyki, Sprzętu Turystycznego, Żeglarskiego i Sportowego
	Polska/Gdańsk	GTT – Gdańskie Targi Turystyczne
	Polska/Gdańsk	POLYACHT – Gdańskie Targi Sportów Wodnych
	Polska/Łódź	Festiwal Zdrowia, Wróżb i Niezwykłości
	Polska/Warszawa	LATO – Targi Turystyki i Wypoczynku
	Polska/Poznań	FIT – EXPO – Fitness & Sport Park
	Polska/Łódź	PET FAIR – Międzynarodowe Targi Zoologiczne
	Polska/Poznań	ESWC POLAND – Electronic Sports World Cup Poland
	Polska/Szczecin	MARKET TOUR – Targi Turystyczne – Piknik Nad Odrą
	Polska/Lublin	LUBTOUR – Targi Turystyczne
	Polska/Lublin	PASJE – Targi Łowieckie, Strzeleckie i Paramilitarne
	Polska/Kraków	TUNING SHOW – Tuning Show
	Polska/Kielce	KIELCE SPORT-LATO – Międzynarodowe Targi Branży Sportowej i Outdoorowej
	Polska/Gdynia	WIATR I WODA – Targi na Wodzie
	Polska/Poznań	BODY STYLE – Salon Bielizny i Mody Plażowej
	Polska/Warszawa	ZOOMARKET – Międzynarodowe Targi Zoologiczne
	Polska/Warszawa	Warszawski Salon Książki
	Polska/Łódź	BODY-FIT – Targi Rekreacji
	Polska/Warszawa	TT WARSAW – Międzynarodowe Targi Turystyczne
	Polska/Warszawa	COIN EXPO – Warszawskie Międzynarodowe Targi Numizmatyczne
	Polska/Warszawa	TWOJE PIENIĄDZE – Polskie Forum Finansowe
	Polska/Poznań	TOUR SALON – Targi Regionów i Produktów Turystycznych
	Polska/Poznań	HOBBY – Salon Modelarstwa
	Polska/Kielce	SPORT-OBIEKT – Wystawa Wyposażenia i Budowy Obiektów Sportowych
	Polska/Poznań	BOATSHOW – Targi Żeglarstwa i Sportów Wodnych
	Polska/Szczecin	EZOTERIA – Szczecińskie Spotkania Ezoteryczne
	Polska/Łódź	URODA I ESTETYKA – Targi Urody i Zdrowego Stylu Życia
Rolnictwo, hodowla zwierząt, rybołówstwo	Polska/Kielce	AGROTECH – Międzynarodowe Targi Techniki Rolniczej
	Polska/Szczecin	OGRÓD – Giełda Ogrodnicza i Pszczelarska
	Polska/Łódź	PET FAIR – Międzynarodowe Targi Zoologiczne
	Polska/Łódź	VETMEDICA – Targi Medycyny Weterynaryjnej
	Polska/Lublin	AGRO PARK – Targi Rolnicze
	Polska/Gdańsk	POLFISH – Międzynarodowe Targi Przetwórstwa i Produktów Rybnych
	Polska/Poznań	FARMA – Międzynarodowe Targi Hodowli Zwierząt i Rozwoju Obszarów Wiejskich
	Polska/Poznań	KWO – Krajowa Wystawa Ogrodnicza
	Polska/Poznań	KWZH – Krajowa Wystawa Zwierząt Hodowlanych
	Polska/Łódź	NATURA FOOD – Dni Naturalnej Żywności
	Polska/Warszawa	DNI OWOCÓW I WARZYW – Dni Owoców i Warzyw
	Polska/Katowice	WETERYNARIA – Targi Lecznictwa Weterynaryjnego i Nadzoru nad Bezpieczeństwem Żywności
	Obróbka metali, narzędzia, spawalnictwo	Polska/Kielce
Polska/Kielce		STOM – Salon Technologii Obróbki Metali

	Polska/Kraków	BLACH-TECH-EXPO – Targi Obróbki, Łączenia i Powlekania Blach
	Polska/Toruń	METAL TOOLS – Targi Metal Tools
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: METALFORUM – Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: MACH-TOOL – Salon Obrabiarek i Narzędzi
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: SURFEX – Salon Technologii Obróbki Powierzchni
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: HAPE – Salon Hydrauliki, Pneumatyki i Napędów
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: WELDING – Welding
	Polska/Kielce	ALUMINIUM & NONFERMET – Międzynarodowe Targi Aluminium i Technologii Materiałów i Produktów Metali Nieżelaznych
	Polska/Kielce	METAL – Międzynarodowe Targi Technologii dla Odlewnictwa
	Polska/Kraków	EUROTOOL – Targi Obrabiarek, Narzędzi i Urządzeń do Obróbki Materiałów
	Polska/Katowice	INTERWELDING – Międzynarodowe Targi Spawalnicze
Metalurgia	Polska/Toruń	METAL TOOLS – Targi Metal Tools
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: METALFORUM – Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: MACH-TOOL – Salon Obrabiarek i Narzędzi
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: WELDING – Welding
	Polska/Kielce	ALUMINIUM & NONFERMET – Międzynarodowe Targi Aluminium i Technologii Materiałów i Produktów Metali Nieżelaznych
	Polska/Kielce	METAL – Międzynarodowe Targi Technologii dla Odlewnictwa
Wyroby stalowe, narzędzia	Polska/Poznań	BUDMA – Międzynarodowe Targi Budownictwa
	Polska/Olsztyn	INSTALACJE – Targi Techniki Sanitarnej, Grzewczej i Klimatyzacji, Instalacje Elektryczne
	Polska/Bydgoszcz	POLTOOLS – KOOPERATOR – Targi Form i Narzędzi do Obróbki. Maszyny i Urządzenia do Obróbki Metalu
	Polska/Kraków	BLACH-TECH-EXPO – Targi Obróbki, Łączenia i Powlekania Blach
	Polska/Toruń	METAL TOOLS – Targi Metal Tools
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: METALFORUM – Salon Metalurgii, Hutnictwa, Odlewnictwa i Przemysłu Metalowego
	Polska/Poznań	ITM POLSKA: MACH-TOOL – Salon Obrabiarek i Narzędzi
	Polska/Lublin	LUBDOM JESIEŃ – Lubelskie Targi Budowlane
	Polska/Kielce	METAL – Międzynarodowe Targi Technologii dla Odlewnictwa
	Polska/Katowice	AUTOSALON / AUTOSERWIS – Międzynarodowe Targi Motoryzacyjne
	Polska/Kraków	EUROTOOL – Targi Obrabiarek, Narzędzi i Urządzeń do Obróbki Materiałów
	Polska/Wrocław	KAMIENŃ – Międzynarodowe Targi Kamienia i Maszyn Kamieniarskich
	Polska/Łódź	Ogólnopolski Salon Dekarski

Lista targów zagranicznych (branża, kraj/miasto, nazwa)Źródło: <http://www.exporter.pl/kraje/targi/index.html><http://www.targi.com/index.php?idp=7#tarswiat>

strona Międzynarodowych Targów Poznańskich

Branża	Kraj/Miasto	Nazwa targów
Przemysł chemiczny	Chiny/Shanghai	ICIF - International Chemical Industry Fair (targi odbywają się co 2 lata)
	Słowacja/Nitra	CHEMPLAST, International Exhibition of Plastics and Chemistry for Engineering
	Węgry/Budapeszt	CHEMEXPO, International Chemical and Plastic Industry Exhibition
Hotele, restauracje	Chiny/Hong Kong	International Travel Expo
	Francja/Paryż	Equip Hotel
	Szwajcaria/Bazylea	IGEHO - Catering Hotels & Restaurants
	USA/Nowy Jork	International Hotel & Restaurant Show
	USA/Chicago	Targi Resturant, Hotel-motel Show
Maszyny dla rolnictwa i przet. Spożywczego	Bułgaria/Plovdiv	FOODTECH / Międzynarodowe Targi Produktów i Technologii Spożywczych
	Dania/Herning	Agromek
	Francja/Paryż	Sima / Simagena / Simavip (co 2 lata)
	Indie/New Delhi	AAHAR - The International Food Fair
	Niemcy/Hanover	Agritechnica
	Rosja/Krasnodar	Jugagroprom
	Rumunia/Bukareszt	INDAGRA FOOD / Międzynarodowe Targi Sprzętu i Produktów Spożywczych
	Ukraina/Kijów	Argo
	Ukraina/Kijów	DOMESTICA, TABLE WARE, WORLD of GIFTS and DECOR / Międzynarodowe Targi Sprzętów Domowych, Naczyni, Upominków i Dekoracji
	Ukraina/Kijów	PROD TECH MASH / Międzynarodowe Targi Produktów i Maszyn dla Przemysłu Spożywczego
	Ukraina/Donieck	Agroprodmasz
	Ukraina/Kijów	MT Agrihort
	Ukraina/Kijów	Prodexpo
	USA/Tulare	World Ag Expo
	Węgry/Budapeszt	Agro+mashexpo
Włochy/Bologna	Eima & Eima Garden	
Meble, wyroby drewniane	Austria/Wiedeń	Wohnen & Interieur
	Belgia/Bruksela	Salon Du Meuble
	Bułgaria/Plovdiv	MEBELTECH / Międzynarodowe Targi Mebli
	Bułgaria/Sofia	TECHNOMEBEL / Międzynarodowe Targi Mebli i Obróbki Drewna
	Finlandia/Helsinki	Habitare
	Francja/Paryż	Salon Du Meuble De Paris
	Hiszpania/Valencia	MT Meblarskie
	Hiszpania/Valencia	FIM
	Holandia	Home Trade Center. Furnishing Industry Nieuwegein
	Irlandia/Dublin	Furniture And Home Accessories
	Japonia/Tokio	International Furniture Fair Tokyo
	Kanada/Toronto	TCHFM

	Litwa/Wilno	Baldai / BMT
	Niemcy/Koln	IMM Cologne
	Niemcy/Hannover	LIGNA Team, World Fair for the Forestry and Wood Industries
	Niemcy/Koln	Interzum
	Niemcy/Lemgo	M.O.W.
	Portugalia/Batalha	Expocasa
	Rosja/Moskwa	Eem-euroexpomebel
	Rumunia/Bukareszt	Bife-timb
	Słowacja/Nitra	FURNITURE AND LIVING, International Furniture and Household Accessories Fair
	Słowacja/Nitra	FORUM OF DESIGN, International Fair of furniture design
	Słowacja/Nitra	WOOD, FOREST, Internaional Timber Trade fairs
	Słowacja/Nitra	Nabytok A Byvanie
	Słowacja/Nitra	Timber - Drevo - International Timber Trade Fair
	Słowacja/Bratysława	Moddom - Luxdom - Techdom - Tzb - Cleantech
	Słowenia/Lublana	The Ljubljana Furniture Fair
	Szwecja/Sztokholm	Stockholm Furniture Fair
	Ukraina/Kijów	KIEV EXPO MEBEL / Międzynarodowe Targi Meblowe Wiosna
	Ukraina/Kijów	MTKT / Międzynarodowe Targi Komponentów i Akcesoriów do Produkcji Mebli
	Ukraina/Kijów	Kiev Expo Mebel
	USA/High Point	International Home Furnishings Market
	USA/Los Angeles	Furniture & Accessory Market
	USA/Nowy Jork	International Contemporary Furniture Fair
	USA/Las Vegas	Surfaces
	W.Brytania/ Birmingham	The Furniture Show And Furniture Accessories
	Węgry/Sopron	Ligno-novum-wood Tech
	Węgry/Budapeszt	Butorvilag
	Włochy/Mediolan	Salone Internazionale Del Mobile I Euroluce
	Włochy/Parma	Salone del Mobile di Parma, Furniture exhibition
Metalurgia, hutnictwo, wyroby metalowe	Czechy/Brno	Fondex
	Czechy/Brno	Top Technology
	Niemcy/Essen	ALU
	Niemcy/ Norymberga	Euroguss
	Ukraina/Zaporoże	Maszynostrojenie - Metalurgia
	Włochy/Brescia	METEF
Przetwórstwo rolno - spożywcze	Ukraina/Lwów	Prodexpo
Rolnictwo i hodowla	Białoruś/Mińsk	Bielagro
	Niemcy/Berlin	BERLIN VITAL Fall
	Niemcy/Berlin	Internacional Green Week Berlin
	Słowacja/Nitra	AGROKOMPLEX, International Agricultural and Food exhibition
	Słowacja/Nitra	BIOAGROKOMPLEX, Exhibition of Bio-food and Processing Technologies
	Niemcy/Dortmund	JAGD & HUND
	Włochy/Bolonia	SANA, International Exhibition of Natural Products
	Węgry/Budapeszt	FOODAPEST, International Food, Drink, Food Processing and Hospitality Trade Fair

	Węgry/Budapeszt	FOODATECH, International Trade Fair for Food Technology and Packaging
	Francja/Lyon	SIRHA (co 2 lata)
	Litwa/Wilno	MT Argobalt
	Łotwa/Ryga	Riga Food
	Niemcy/Berlin	Fruit Logistica
	Niemcy/Berlin	Grüne Woche
	Niemcy/Berlin	Hippologica
	Rosja/Moskwa	Prodexpo
	Rosja/Moskwa	Agroprodmasz
	Rosja/Moskwa	World Food
	Rosja/ Kaliningrad	Agrokompleks
Turystyka, podróże	Belgia/Bruksela	EMIF
	Białoruś/Mińsk	Turbiznes
	Chiny/Kunming / Szanghaj	China International Travel Mart
	Dania/Herning	Ferie For Alle
	Grecja/Ateny	Touristic Panorama
	Hiszpania/Barcelona	SITC
	Hiszpania/Barcelona	EIBTM
	Holandia/Utrecht	Vakantiebeurs
	Kanada/Montreal	International Tourism And Travel Show
	Litwa/Wilno	MT Vivattur
	Niemcy/Essen	Reise + Camping, International fair for Messe Reise & Touristik, Camping & Caravaning
	Niemcy/Hamburg	Reisen Hamburg
	Niemcy/Lipsk	Touristik & Carawaning
	Niemcy/Berlin	ITB
	Norwegia/Lillestroem	Reiseliv
	Portugalia/Lizbona	BTL
	Rosja/Sankt Petersburg	Cis Travel Market
	Rosja/Sankt Petersburg	Boatshow
	Rosja/Moskwa	MITT
	Rosja/Moskwa	MITF
	Rosja/Kaliningrad	Jantur
	Rumunia/Bukareszt	ITF
	Słowacja/ Bratysława	Ift Slovakiaitour
Szwecja/Sztokholm	SHIE	
W. Brytania/Londyn	Confex	
W. Brytania/Londyn	World Travel Market	
Wypoczynek, sport	Łotwa/Ryga	Baltrest
	Niemcy/Monachium	Ispo Winter
	Niemcy/Koln	Spoga - Gafa
	Niemcy/Monachium	ISPO
	Portugalia/Lizbona	Nauticampo
Samochody, urzędzenia transportowe,	Białoruś/Mińsk	Avtobelservis
	Bułgaria/Sofia	Autoshow
	Chiny/Pekin	Aviation Expo / China (co 2 lata)

Lotnictwo	Czechy/Brno	Autotec / Autosalon
	Francja/Paryż	Equip' Auto
	Hiszpania/Madryt	Motortec
	Indie/New Delhi	Auto Expo (co 2 lata)
	Łotwa/Ryga	Transport, Logistyka (poprzednia Nazwa Automechanika)
	Niemcy/Lipsk	Zuliefermesse
	Niemcy/Berlin	Innotrans (co 2 lata)
	Rosja/Moskwa	Maks - International Aviation And Space Salon
	Szwajcaria/Bazylea	Eisenbahn-technologie (co 2 lata)
	Ukraina/Kijów	Targi Motoryzacyjne - Sia
	Ukraina/Odessa	Inter-Transport-ukraina
	Ukraina/Lwów	Auto Tech - Autobus
	USA/Las Vegas	Automotive Aftermarket Industry Week
	USA/Detroit	Kongres Sae (w Tym Targi Motoryzacyjne)
	Żywność, napoje,	Belgia/Bruksela
Białoruś/Mińsk		Pishchevaya Industriya
Bułgaria/Płowdiw		Agra
Chiny/Szanghaj		Sweet China
Chiny/Hong Kong		Food Expo
Chiny/Hong Kong		Hofex (co 2 lata)
Czechy/Brno		MT Gastronomiczne / Salima, Ibucob, Fruvex, Inteco, Vinex, Pivex, Mbk (co 2 lata)
Dania/Herning		Foodexpo (co 2 lata)
Francja/Paryż		SIAL
Grecja/Ateny		Food & Drinks
Hiszpania/ Barcelona		Alimentaria
Hiszpania/Madryt		Gourmet
Holandia/ Amsterdam		Plma's World Of Privata Label
Kanada/Montreal		SIAL
Niemcy/Koln		ISM - Internationale Susswaren - Messe Koln
Niemcy/ Norymberga		Biofach
Niemcy/Monachium		IBA
Portugalia/Lizbona		Alimentaria
Rosja/Moskwa		Ingredients
Słowacja/Nitra		Argokomplex
Szwecja/Jonkoping		Elmia Food Mart
Ukraina/Kijów		World Food
USA/Anaheim		Natutal Products Expo West
USA/Waszyngton		Natural Prodcy
USA/Chicago		Fancy Food Show
W. Brytania/Londyn		IFE (co 2 lata)