



Województwo
Małopolskie



Handel zagraniczny Małopolski 2008

Handel zagraniczny

Małopolski

2008

Krystyna Gawlikowska-Hueckel
Stanisław Umiński

*Opracowanie przygotowane na zlecenie
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego*

Wydawca:

Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego
Departament Gospodarki i Społeczeństwa Informacyjnego
Siedziba: ul. Basztowa 22, 31-156 Kraków
Adres do korespondencji:
ul. Raclawicka 56, 30-017 Kraków
tel. +48 12 63 03 225, fax +48 12 63 03 503
e-mail: export@umwm.pl
www.malopolska.pl

Skład i druk:

PASAŻ Sp. z o.o.
ul. Rydlówka 24
30-363 Kraków
email: druk@pasaz.com
www.pasaz.com

ISBN: 978-83-61355-51-9

Kraków, grudzień 2009

PRZY PUBLIKACJI DANYCH PROSIMY O PODANIE ŹRÓDŁA

Dziękujemy inwestorowi za udostępnienie zdjęcia na okładkę.

Spis treści:

1. Streszczenie i analiza SWOT	5
2. Założenia metodologiczne	10
3. Handel zagraniczny województw Polski, Małopolska na tle pozostałych regionów	11
4. Struktura towarowa eksportu Małopolski	24
4.1. Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji	24
4.1.1. Założenia metodologiczne, istota proporcji czynników produkcji	24
4.1.2. Analiza struktury eksportu wg czynników produkcji w Małopolsce	24
4.2. Najważniejsze produkty w eksporcie, koncentracja eksportu według produktów ..	27
4.3. Eksport produktów rolno-spożywczych.....	30
4.3.1. Porównanie Małopolski z innymi województwami	30
4.3.2. Eksport produktów rolno-spożywczych Małopolski	32
4.4. Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie wybranych produktów, ujawnione przewagi komparatywne.....	37
4.5. Saldo obrotów handlowych według produktów	37
5. Struktura geograficzna eksportu.....	42
5.1. Wartość oraz struktura eksportu na rynki wybranych grup krajów	42
5.2. Koncentracja geograficzna eksportu	49
5.3. Koncentracja produktowo-geograficzna.....	50
5.4. Najważniejsze kraje w eksporcie Małopolski.....	52
5.5. Struktura produktowa eksportu na rynki wybranych krajów	53
5.6. Ocena zbieżności popytu na import UE z ofertą eksportową Małopolski	54
6. Intensywność powiązań handlowych z UE	59
7. Intensywność powiązań handlowych z pozostałymi regionami świata	66
8. Handel wewnątrzgałęziowy	68
8.1. Założenia metodologiczne, istota handlu wewnątrzgałęziowego, porównanie województw.....	68
8.2. Ocena handlu wewnątrzgałęziowego Małopolski	70
9. Analiza relacji strumieni eksportu i importu Małopolski w podziale na grupy krajów	71
10. Import województwa małopolskiego.....	74
11. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej.....	80
12. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Dalekiego Wschodu	85
13. Struktura eksportu według form własności	89
13.1. Firmy z kapitałem zagranicznym w handlu zagranicznym, teoria oraz ocena w przypadku województw Polski	89
13.2. Firmy własności zagranicznej w handlu Małopolski	90
14. Prognozy strumieni handlu zagranicznego w Małopolsce	96
15. Analiza clusters.....	101
16. Wyniki badań ankietowych	105
16.1. Populacja badanych firm	105
16.2. Znaczenie eksportu w działalności przedsiębiorstw, prognozy eksportu.....	106

16.3. Relacja eksportu do importu, kursy walutowe, import zaopatrzeniowy.....	109
16.4. Działania służące utrzymaniu i poprawie konkurencyjności, czynniki niesprzyjające wzrostowi eksportu.....	112
16.5. Kierunki dalszej ekspansji eksportowej, ekspansja eksportowa na rynki krajów UE.....	116
16.6. Oczekiwania w zakresie wsparcia aktywności eksportowej, ryzyko płatności.....	122
16.7. Ocena konkurencji na rynku	125
16.8. Charakter współpracy w eksporcie, realizacja strategii rozwoju eksportu	125
16.9. Ocena skutków członkostwa w UE	126
16.10. Wpływ sytuacji w eksporcie na rynek pracy.....	129
16.11. Eksporterzy w obliczu światowego kryzysu gospodarczego, perspektywy funkcjonowania w nadchodzących latach	131
17. Podsumowanie.....	133
18. Bibliografia.....	142
19. Aneks statystyczny	143

1. Streszczenie i analiza SWOT

Przedstawiamy piąte opracowanie poświęcone problematyce eksportu województwa małopolskiego¹. Zawiera ono analizę wybranych aspektów handlu zagranicznego Małopolski na tle pozostałych województw Polski. Przedmiotem badań były między innymi: obroty importu i eksportu województwa, ich zmiany w czasie, otwarcie gospodarki regionu na wymianę handlową z zagranicą oraz znaczenie eksportu w produkcji sprzedanej. Prezentowana jest struktura produktowa oraz geograficzna eksportu, a także obie struktury łącznie. Oceniony został również stopień koncentracji eksportu, intensywność handlu wewnątrzgałęziowego i intensywność powiązań eksportowych z UE.

Ze względu na zasadnicze znaczenie krajów UE dla wymiany handlowej Polski, relacjom z nimi poświęcono w opracowaniu najwięcej miejsca. To przede wszystkim one kształtują i będą kształtowały eksport i import Polski – oraz województwa małopolskiego – w kolejnych latach. Eksport (oraz import i saldo) Małopolski prezentowany jest na tle pozostałych województw. Jest to niezbędne dla właściwej interpretacji stanu oraz zmian w zakresie eksportu (i handlu zagranicznego w ogóle) regionu. Ponieważ przeprowadzone badania oparte zostały na bardzo szczegółowej bazie danych, w części wnioskowej przedstawiamy analizę „clusters”, czyli próbę pogrupowania województw według wybranych cech (wykonaną przy pomocy programu Statistica) w celu zobrazowania podobieństw między województwami w zakresie eksportu.

Analiza danych statystycznych dotyczących handlu zagranicznego uzupełniona została o wyniki badań ankietowych, zrealizowanych metodą wywiadu bezpośredniego na próbie 150 przedsiębiorstw, w lipcu 2009 roku. Grupa respondentów w 80% pokrywa się z populacją firm, które wzięły udział w badaniu ubiegłorocznym. Respondenci wylosowani zostali z bazy danych „HBI”, spośród firm realizujących sprzedaż eksportową. Celem badania była identyfikacja problemów, jakie eksporterzy napotykają w swej działalności oraz poznanie ich zamierzeń, a także określenie percepcji korzyści i kosztów z tytułu członkostwa w UE.

W kwestionariuszu wywiadu uwzględnione zostały również pytania odnoszące się do kryzysu gospodarczego i jego wpływu na sytuację na rynku pracy.

Najpoważniejszymi przyczynami głębokich zmian, które dokonały się w handlu zagranicznym Polski oraz polskich regionów, była transformacja gospodarki i akcesja do Unii Europejskiej. W krótszej perspektywie, należy też wskazać na światowy kryzys gospodarczy, który rozpoczął się w 2008 roku w USA od rynku usług finansowych i – zaskakując nawet najbardziej doświadczonych analityków – bardzo szybko rozprzestrzenił w gospodarce światowej. Dotknął także kraje, które są odbiorcami eksportu małopolskich przedsiębiorstw.

Analiza obrotów handlowych na poziomie regionalnym prowadzi do interesujących wniosków. Pozwala też uchwycić, w jaki sposób wartości eksportu i importu firm z poszczególnych województw zmieniają się w trudnym czasie światowego załamania koniunktury. Pełne skutki kryzysu nie są jeszcze znane. Rok 2009 przyniesie więcej informacji dotyczących zmian eksportu, kondycji eksporterów oraz ich zdolności adaptacyjnych. Wiążą się one nie tylko z trudną sytuacją gospodarczą w krajach będących najważniejszymi rynkami zbytu dla polskich eksporterów, ale też z wahaniami kursu złotego względem euro oraz USD obserwowanymi z różną siłą i w różnych kierunkach od roku 2008.

Jak na tle tych wydarzeń kształtowały się tendencje w handlu zagranicznym Małopolski w 2008 roku?

Biorąc pod uwagę skalę pogorszenia koniunktury w gospodarce światowej, w eksporcie Małopolski nie zaszły „dramatyczne” zmiany. Rok 2008 był czasem, w którym raczej kontynuowane były tendencje zaobserwowane w latach wcześniejszych, przy czym uległy one nieznacznemu wzmocnieniu. W porównaniu z rokiem 2007, zarówno wartości eksportu jak importu wzrosły. Eksport Małopolski w 2008 roku wyniósł 6,36 mld euro, natomiast import 7,51 mld euro. Zmniejszeniu uległa jednak – tak jak w latach poprzednich – dynamika wzrostu eksportu. Ponadto, ze względu na silniejszy spadek dynamiki wzrostu eksportu niż importu, znacznemu pogorszeniu uległo

¹ Poprzednie cztery zostały przygotowane także na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego w latach 2005-2008.

saldo obrotów handlowych. Najbardziej prawdopodobną przyczyną „wyhamowania” eksportu Małopolski jest fakt, że w szczycie koniunktury, w latach 2004-2006, po przystąpieniu do UE, odnotowywano wysoki popyt na główne produkty oferowane przez firmy regionu, które zaliczają się do dóbr o charakterze inwestycyjnym. Z czasem popyt ten uległ redukcji, zwłaszcza w okresie światowego kryzysu. Ponadto, w innych województwach bardzo dużą rolę w eksporcie odgrywają firmy z udziałem kapitału zagranicznego. Udział tych firm w eksporcie Małopolski jest niski.

Bez wątpienia, prawdziwym „sprawdzeniem” dla kondycji oraz konkurencyjności (a także dla „odporności” na światowy kryzys) będzie rok 2009. Na wszystkich najważniejszych rynkach eksportowych Małopolski przewidywany jest poważny spadek dynamiki wzrostu gospodarczego. Spadnie zatem również popyt na eksport Małopolski. Zaznaczyć należy jednak, że nie ma prostego przełożenia tendencji w zakresie wzrostu gospodarczego na popyt na import. Oczywiście, spadek dynamiki wzrostu gospodarczego – i tym bardziej realny spadek PKB – prowadzi do spadku popytu na import. Z drugiej strony, skala spadku importu nie jest jednakowa dla wszystkich produktów czy krajów. Czas światowej recesji dla wielu polskich eksporterów jest okresem pojawiających się szans. Ze względu na efekty substytucji, drogie produkty wytwarzane w krajach Europy Zachodniej, zastępowane są przez ich tańsze odpowiedniki z nowych krajów członkowskich UE, jeśli tylko charakteryzują się one odpowiednio wysoką jakością.

W roku 2008 udział województwa Małopolskiego w ogólnopolskim eksporcie wyniósł 6,15%. Jeśli przyjrzymy się tendencjom długookresowym, to od 2000 roku udział ten wzrósł, z poziomu 4,8%. Tak, jak w poprzednich latach, Małopolska zajmuje 6. pozycję na liście województw – największych eksporterów. Wyrażna jest tendencja „przesuwania” się handlu zagranicznego Małopolski pod względem struktury geograficznej w kierunku nowych krajów członkowskich UE, czyli w stronę tzw. bezpośrednio sąsiedztwa. W ciągu następnych lat będzie to z pewnością kierunek intensyfikacji powiązań handlowych. Ciągłe jednak kraje członkowskie „starej UE” są głównym od-

biorną eksportu regionu.

Udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie województwa pozostaje – tak jak w poprzednich latach – na bardzo niskim poziomie (36%, przy udziale dla Polski ogółem równym 59%). Podtrzymujemy stanowisko – sformułowane w badaniach z poprzednich lat – że w zakresie możliwości eksportowych Małopolski tkwią poważne rezerwy wynikające z wysoko ocenianej atrakcyjności inwestycyjnej regionu, co powinno skutkować dynamicznym wzrostem eksportu, jako że nowe inwestycje w sektorze produkcyjnym podejmowane przez zagraniczny kapitał zmodernizują bazę eksportową i zwiększą konkurencyjność eksportowej oferty. Jednak w krótkim horyzoncie czasowym, gdy ma miejsce pogorszenie koniunktury i silnie z nią skorelowany spadek wartości napływu zagranicznych inwestycji bezpośrednich na świecie, trudno będzie przyciągnąć nowe inwestycje o dużej wartości. Nie sprzyjają temu: pogorszenie dostępu inwestorów do źródeł finansowania, pesymistyczne prognozy gospodarcze oraz wzrost awersji do ryzyka.

Na tle innych województw, Małopolska charakteryzuje się średnim poziomem „otwarcia”, mierzonego relacją eksportu zarówno do produkcji sprzedanej przemysłu, jak też do PKB. W latach 2000-2008 dynamika zmian (wzrostu) relacji eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu była w Małopolsce największa spośród wszystkich województw. W roku 2008 - względem 2007 – uległa jednak zmniejszeniu. Podobne zjawisko wystąpiło w skali całego kraju. Jak już wspomniano, jest to skutkiem spadku dynamiki wzrostu gospodarczego w krajach będących najważniejszymi rynkami zbytu dla małopolskich eksporterów oraz relatywnie wysokiej (dodatniej) dynamiki wzrostu gospodarczego Polski.

Udział województwa w eksporcie Polski jest mniejszy niż jego „wkład” do ogólnopolskiego PKB. Wkład Małopolski do krajowego eksportu wciąż zatem nie jest adekwatny w stosunku do możliwości województwa. Zwrócić należy uwagę na niski udział województwa w krajowym eksporcie wyrobów *high-tech*. Wartość eksportu *per capita* dla Małopolski w 2008 roku wyniosła 1941 euro i była niższa niż dla Polski (2719).

Najważniejsze produkty w eksporcie województwa to: druty i przewody izolowane,

pojazdy samochodowe, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, aluminium i wyroby z aluminium oraz wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów. Zwraca uwagę bardzo wysoka dynamika wzrostu wartości eksportu pojazdów samochodowych.

Konsekwentnie od lat najważniejszym odbiorcą eksportu województwa małopolskiego są Niemcy, udział tego kraju w eksporcie regionu jednak maleje. Inne ważne kraje to: Czechy, Francja, Rosja oraz Wielka Brytania.

Przeprowadzone badania ankietowe dowodzą, że respondenci mieli trudność z jednoznacznym określeniem jakich tendencji spodziewają się w zakresie zmian eksportu. W czasie kryzysu i niepewności odnośnie do rozwoju sytuacji gospodarczej na najważniejszych rynkach zbytu nie jest to niespodzianką. Prognozy na rok 2010 są nieco bardziej optymistyczne niż na rok 2009. Jako zasadniczy czynnik niesprzyjający wzrostowi eksportu małopolskie firmy określają zmiany kursów walutowych. Kolejne miejsca zajęły: niski popyt na zagranicznych rynkach oraz wzrost konkurencji. Porównując uzyskane wyniki z badaniem zeszłorocznym, warto zwrócić uwagę na zasadniczą zmianę charakteru przyczyn spadku eksportu bądź czynników niesprzyjających jego wzrostowi. W roku 2008 były to przede wszystkim czynniki natury kosztowej, w tym roku są to głównie czynniki natury popytowej (niski popyt) – co bez wątpienia jest skutkiem światowego kryzysu.

Respondenci deklarują, że w nadchodzących trzech latach planują przede wszystkim zwiększyć sprzedaż na rynek krajowy. Trudno przyjąć hipotezę, że respondenci nie zdają sobie sprawy z korzyści wynikających ze wzrostu eksportu i – generalnie – ze sprzedaży na zagraniczne rynki. Bardziej bezpieczna wydaje się teza, że rynek krajowy jest dla wielu eksporterów po prostu łatwiejszy, lepiej znany, bliższy itp. Poza tym część z firm nie jest gotowa na większą skalę eksportu. Ponadto w czasie spadku popytu na zagranicznych rynkach zbytu i relatywnie dobrej koniunktury na rynku polskim, w naturalny sposób rynek krajowy zyskał na atrakcyjności.

Zdecydowana większość respondentów deklaruje, że aktualna wielkość zatrudnienia jest właściwa, w odniesieniu do sytu-

acji w eksporcie. Nie należy przewidywać, żeby obserwowane załamanie koniunktury w eksporcie miało poważniejsze, negatywne konsekwencje dla rynku pracy, przy czym prognoza na rok 2010 jest nieco bardziej optymistyczna, niż dla roku 2009. Duże firmy są na kryzys najlepiej przygotowane. Zdecydowana większość respondentów ocenia swoją perspektywę funkcjonowania w sposób optymistyczny.

Poniżej zaprezentowana została **analiza SWOT** eksportu Małopolski. Należy zastrzec, że rozkład silnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń nie zmienia się diametralnie z roku na rok. Zatem prezentowany poniżej SWOT nie zawiera „radykalnych” zmian w stosunku do roku poprzedniego. Na SWOT wpływają raczej tendencje obserwowane w dłuższym okresie.

Mocne strony

Należy zwrócić uwagę przede wszystkim na to, że w roku 2008 zaczął się światowy kryzys gospodarczy, który był także okresem wahań kursu złotego w relacji do euro i USD (co nie ułatwia kalkulacji cen, marż zysku itp., wprowadza niestabilność transakcji handlowych oraz zwiększa ryzyko eksportu). Mimo to, wartość sprzedaży Małopolski na zagraniczne rynki wzrosła. Warto przypomnieć, że w trzech województwach, eksport w roku 2008 w stosunku do roku 2007 zmniejszył się. Małopolskie zajmuje konsekwentnie 6. pozycję na liście województw – najważniejszych eksporterów. Pod względem wartości eksportu, województwo małopolskie może zostać uznane za „ostatnie z dużych eksporterów”. Udział każdego z pozostałych województw – nie zaliczanych do grupy dużych eksporterów – nie przekracza 5% w eksporcie Polski ogółem. W porównaniu z innymi regionami, eksport Małopolski nie jest silnie skoncentrowany ani pod względem struktury produktowej, ani geograficznej. Województwo jest zatem relatywnie mniej narażone na szoki gospodarcze np. w postaci załamania popytu. Silną stroną eksportu jest też atrakcyjność wyspecjalizowanych produktów, w zakresie których region wnosi istotny wkład do eksportu Polski (na przykład druty i przewody izolowane). Szanse na zwiększenie eksportu mają także produkty regionalne oraz tradycyjne, które po spełnieniu określonych wy-

mogów formalnych stają się wizytówką regionu na rynkach UE (ser gazdowski, bunc, żętyca, lody nowotarskie, kiełbasa liseicka, tuszka gęsi zatorskiej, chleb jurajski, jabłka łąckie oraz jabłka z Raciechowic, śliwowica łącka i inne). Generalnie, produkty żywnościowe oferowane przez małopolskie firmy mają duży potencjał wzrostu sprzedaży na zagraniczne rynki. Od ich jakości i atrakcyjności, ale także od pomysłowości producentów i skuteczności strategii eksportowej, zależeć będzie skala ich sukcesu na zagranicznych rynkach. W strukturze eksportu coraz większą rolę odgrywa przemysł samochodowy. W dłuższym horyzoncie czasowym odegra on ważną rolę, ze względu na rosnące powiązania kooperacyjne, handel wewnątrzgałęziowy, oraz fakt, że przemysł ten zaliczany jest do wysokich bądź średnio-wysokich technologii (w zależności od przyjętej taksonomii). Mocną stroną regionu są rosnące powiązania handlowe z nowymi krajami członkowskimi UE, zwłaszcza z Czechami, Słowacją i Węgrami.

Słabe strony

Podobnie jak w minionych latach, do słabych stron województwa zaliczyć należy relatywnie niską wartość obrotów, w porównaniu z potencjałem gospodarczym mierzonym takimi wskaźnikami, jak udział w liczbie ludności Polski czy PKB. Warto dodać, że udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie po okresie wzrostu w latach 2004-2006, w roku 2007 i 2008 uległ stagnacji. W 2008 roku był on nieznacznie niższy od udziału w ogólnopolskiej produkcji sprzedanej przemysłu, jest natomiast nadal mniejszy od udziału województwa w liczbie ludności czy produkcji krajowym brutto. Małopolska charakteryzuje się średnim – na tle innych województw – udziałem eksportu w PKB. Niższa niż średnio dla Polski jest wartość eksportu w przeliczeniu na jednego mieszkańca, niski jest także udział województwa w krajowym eksporcie wyrobów *high-tech*.

Szanse

Ze słabych stron wynikają jednak szanse, co wiąże się ze znanymi z teorii ekonomii i potwierdzonymi w praktyce tzw. efektami doganiania. Efekty te są bardzo wyraźnie dostrzegalne w Małopolsce. Dynamika zmian

w zakresie eksportu jest przejawem dużej „żywności” firm regionu, poprawy konkurencyjności ich oferty eksportowej oraz umiejętności dotarcia do zagranicznych rynków zbytu. Należy podkreślić, że dla Małopolski charakterystyczna jest bardzo wysoka dynamika wzrostu eksportu (która jednak, jak już wspomniano, w 2007 i 2008 roku uległa spowolnieniu) oraz wzrostu udziału eksportu w produkcji sprzedanej. W poprzednich edycjach raportu wskazywaliśmy na dobre stosunki handlowe z sąsiednimi krajami, które wraz z Polską w 2004 roku weszły do UE. Widać, że firmy z Małopolski kontakty te rozwijają i współpraca z tzw. najbliższą zagranicą bardzo dobrze się rozwija. Wśród szans wskazać należy też na bliskość geograficzną względem silnie rozwijających się regionów Polski, które są równocześnie najważniejszymi eksporterami: Śląsk oraz Dolny Śląsk. Jeżeli nasili się kooperacja z firmami z tych regionów umożliwi to bardziej skuteczny dostęp do atrakcyjnych rynków zbytu. Szans upatrywać należy także w rozbudowie sieci transportowej Polski i stosunkowo dobrej pozycji regionu w tejże sieci. Szansą – choć brzmi to paradoksalnie – jest też emigracja zarobkowa mieszkańców Małopolski za granicę. Sama emigracja nie jest oczywiście korzystna, choćby z tego względu, że następuje „drenaż” cennych zasobów kapitału ludzkiego. Jednak emigracja „ciągnie” za sobą eksport. Po stronie szans zapisać należy także rozwijający się potencjał eksportowy małych i średnich przedsiębiorstw. Firmy te uczą się wchodzić na rynki zagraniczne. Wraz z pogłębieniem tej wiedzy, ich eksport będzie rósł. Szansą są zatem coraz szerzej stosowane profesjonalne techniki w zakresie przygotowania strategii eksportowej i jej wdrażania, a także współpraca w ramach konsorcjów eksportowych. To wymaga jednak intensyfikacji działań promocyjnych, propagujących np. zalety współpracy firm i tworzenia konsorcjów. Dla wielu firm szansą może okazać się światowy kryzys gospodarczy – ze względu na pojawiające się wówczas efekty substytucji. Drogie produkty wytwarzane w krajach Europy Zachodniej mogą być skutecznie zastępowane przez tańsze, oferowane na przykład przez małopolskich eksporterów (jeśli tylko gwarantują odpowiednią jakość). Szansę dla wielu firm stanowić mogą także fundusze strukturalne. Realizowane z ich

udziałem inwestycji przyczynią się do poprawy konkurencyjności oferty eksportowej. Szanse stwarza także coraz szersze zaangażowanie władz regionu w promocję małopolskiej oferty eksportowej.

Zagrożenia

Jak już wspomniano, coraz większą rolę w eksporcie Małopolski odgrywa przemysł samochodowy. Wiązą się z tym zagrożenia, których ilustracją jest aktualna kryzysowa sytuacja w przemyśle samochodowym. Jeżeli – w długookresowej perspektywie – udział przemysłu samochodowego w eksporcie uległby silnemu wzrostowi, to ze względu na wahania koniunktury, mogłoby to stanowić zagrożenie dla stabilności wpływów z eksportu. Zagrożeniem – w dłuższej perspektywie – może być relatywnie silniejszy napływ kapitału zagranicznego, do tak samo jak Małopolska, atrakcyjnych regionów Polski i ryzyko wystąpienia tzw. efektu wysysa-

nia najlepszych kadr, które emigrować będą z Małopolski, co pośrednio może wpłynąć na pogorszenie bazy eksportowej regionu. Kolejne zagrożenie może się też wiązać z ewolucją struktury kapitału zagranicznego napływającego do Polski. Jeśli wzrastać będzie rola usług w napływie bezpośrednich inwestycji zagranicznych, to niekorzystnie wpłynie to na bazę eksportową Małopolski, z tego względu, że usługi charakteryzują się mniejszym stopniem umiędzynarodowienia, i są tzw. sektorem *non-tradable* (nie-handlowym). Rozwój proeksportowo zorientowanego sektora usług wymagać będzie nakładów finansowych oraz wypromowania Małopolski jako eksportera usług. W dłuższej perspektywie, zagrożeniem może okazać się konkurencja ze strony wyrobów chińskich, które docierają na wszystkie rynki eksportowe Małopolski. Problemem może być także niekorzystny wizerunek polskich produktów za granicą, który ulega poprawie, jednak wciąż funkcjonuje wiele negatywnych stereotypów.

2. Założenia metodologiczne

W trakcie przygotowania raportu przyjęto podobne założenia metodologiczne jak w latach poprzednich:

- zaszerzowanie strumieni eksportu i importu do konkretnego regionu odbywa się wg. kryterium "lokalizacji" przedsiębiorstwa. Dane dotyczące handlu zagranicznego w podziale na województwa opracowywane są w oparciu o dokumenty SAD w połączeniu ze zbiorem REGON, na podstawie którego dobierany jest identyfikator województwa, w którym znajduje się miejsce siedziby eksportera/importera. Oznacza to, że na przykład do Małopolskiego przypisane mogą być obroty firm pośredniczących w handlu zagranicznym, czyli eksportujących towary, które zostały wyprodukowane w innych województwach. Pamiętać należy jednak, że o konkurencyjności lub zdolności do konkurencyjności regionu decyduje nie tylko umiejętność produkowania, lecz również sprzedaż, czyli m. in. eksportu,

- w handlu zagranicznym Polski znaczna część obrotów przypada na przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego. Firmy te często rozliczają transakcje handlowe według tzw. cen transferowych. Ceny te zwykle różnią się od deklarowanych w transakcjach dokonywanych między niezależnymi podmiotami, czyli według zasady *at arm's length*, i mogą zniekształcać obraz faktycznych obrotów handlowych regionu,

- nie rejestrowane są obroty "szarej strefy". Jest to szczególnie istotne w przypadku

regionów przygranicznych (ale także położonych centralnie, na przykład w pobliżu ośrodków przemysłu odzieżowego), gdzie handel "bazarowy" generuje znaczne obroty handlowe i stanowi źródło utrzymania części ludności. W tym przypadku analizę można uzupełnić opracowaniami dotyczącymi handlu na najważniejszych targowiskach,

- ze względu na fakt, że w statystykach handlowych nie zawsze możliwe jest zaklasyfikowanie strumieni handlu do konkretnego województwa – obok 16 województw pojawia się kategoria „województwo nieznane”. „Województwo nieznane” zostało wyeliminowane z obliczeń. We wszelkich kalkulacjach statystycznych wykonanych na potrzeby poniższego opracowania, wartość eksportu (importu) Polski obliczona została jako suma wartości eksportu (importu) województw,

- przyjęto podział krajów, z którymi utrzymywane są kontakty handlowe na 5 grup: UE (15 „starych” krajów członkowskich UE), nowe – kraje – w UE (9 krajów, które wraz z Polską w 2004 roku wstąpiły do Unii Europejskiej oraz Bułgaria i Rumunia²), Rosja, Ukraina i Białoruś (trzy kraje, które stanowią tzw. nowy Wschód – po wstąpieniu przez Polskę do UE, znajdują się w bezpośredniej bliskości geograficznej Polski i tradycyjnie polskie firmy utrzymują z nimi stosunkowo silne powiązania gospodarcze), kraje Dalekiego Wschodu oraz pozostałe kraje³.

² W poprzednich opracowaniach Bułgaria i Rumunia były klasyfikowane jako „pozostałe kraje”. Z tego względu uzyskane wyniki, które dotyczą podziału krajów na grupy, nie są porównywalne z poprzednimi raportami.

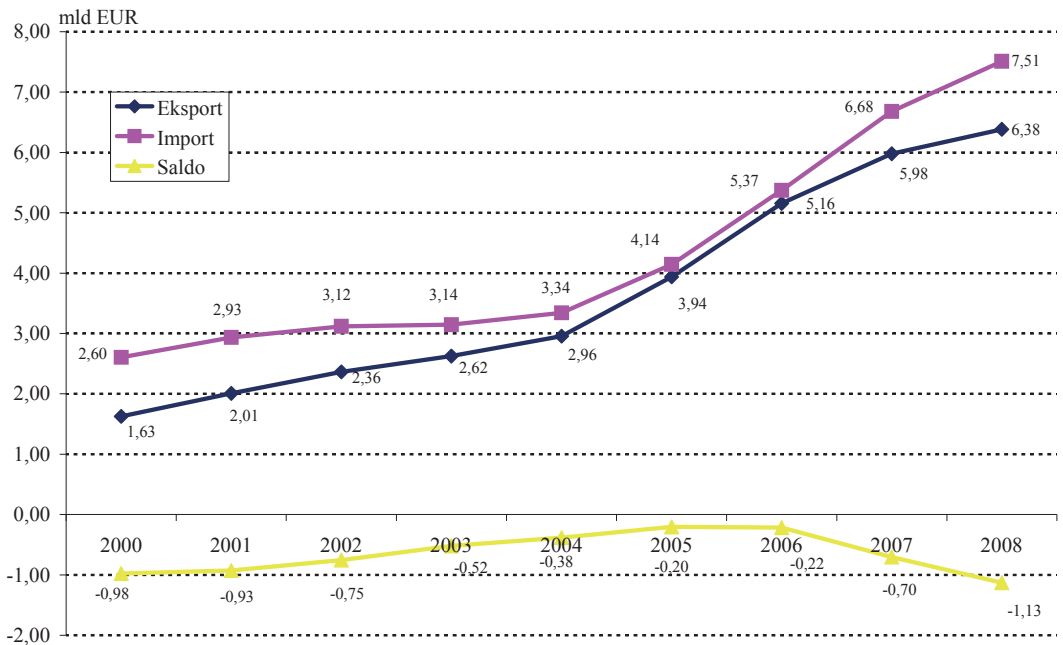
³ Do krajów Dalekiego Wschodu zaklasyfikowane zostały: Bangladesz, Bhutan, Brunei Darussalam, Chiny, Filipiny, Guam, Hongkong, India, Indonezja, Japonia, Kambodża, Kazachstan, Kirgistan, Koreańska Rep. Ludowo-Demokratyczna, Laos, Makau, Malezja, Mongolia, Myanmar, Nepal, Palau, Republika Korei, Sri Lanka, Tadżykistan, Tajlandia, Tajwan, Turkmenistan, Uzbekistan, Wietnam, Wschodni Timor, Wyspa Bożego Narodzenia, Wyspy Marshalla.

3. Handel zagraniczny województw Polski, Małopolska na tle pozostałych regionów

Analiza obrotów towarowej wymiany międzynarodowej województwa małopolskiego wskazuje na systematyczny wzrost wartości eksportu i importu (wykres 1).

Pozwala to na stwierdzenie, że produkty wytwarzane przez firmy zlokalizowane w Małopolsce z powodzeniem konkurują na

rynkach zagranicznych i że ta zdolność nie jest wynikiem chwilowego wzrostu zapotrzebowania, czy poprawy koniunktury, ale ma charakter trwały. Zatem handel zagraniczny stał się ważnym czynnikiem wzrostu gospodarczego regionu.



Wykres 1: Eksport, import oraz saldo obrotów Małopolski w latach 2000-2008 (mld EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Warto zwrócić uwagę na to, że w latach 2000-2005 tempo wzrostu eksportu było bardziej dynamiczne niż importu, co obrazuje proces poprawy ujemnego salda obrotów. Od roku 2006 obserwujemy tendencję do pogłębienia ujemnego salda obrotów, przy czym w 2006 różnica względem roku poprzedniego nie była znacząca. Rok 2007 przynosi pod tym względem istotną zmianę. W roku 2008 w bardzo znaczący sposób pogłębiło się ujemne saldo obrotów, osiągając wartość -1,13 mld euro. Warto zauważyć, że od roku 2000 jest to najniższa wartość salda. Taka tendencja w zakresie różnicy między wartością eksportu i importu wynika przede wszystkim z faktu, że dynamika

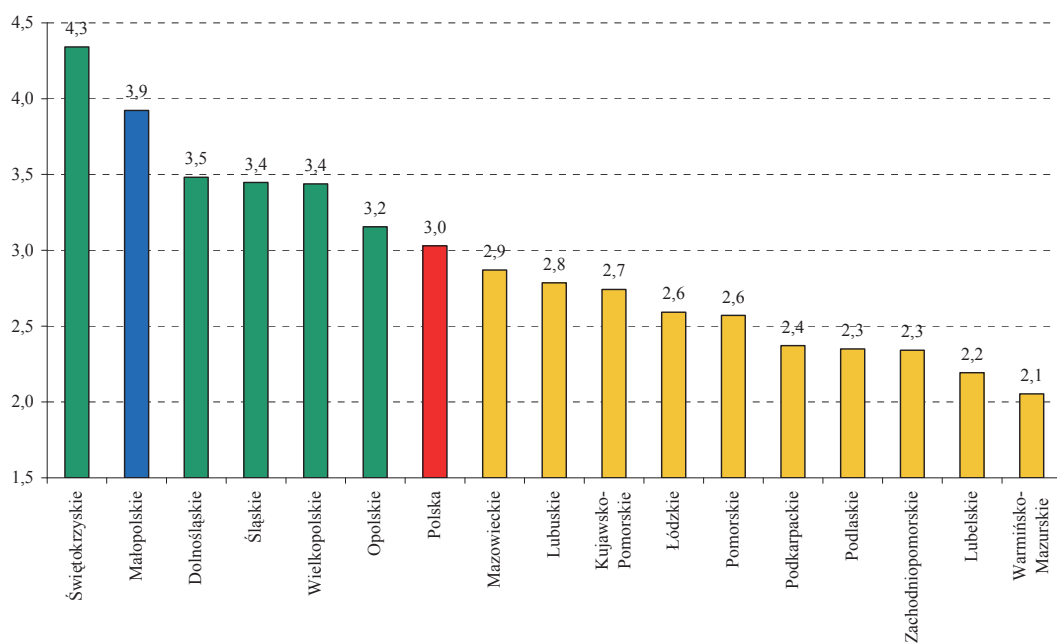
eksportu spada bardziej, niż dynamika importu. Jak wiadomo, rok 2008 (jego druga połowa) to początek światowego kryzysu gospodarczego. W pierwszej połowie roku, eksporterom nie sprzyjał wysoki kurs złotego względem euro oraz USD. Silny złoty, sprzyjał natomiast importerom. Druga połowa roku to okres spadku popytu na rynkach zagranicznych. Jak wiadomo, procesy gospodarcze charakteryzują się pewną inercją, kontrakty wcześniej zawarte były oczywiście w drugiej połowie roku 2008 realizowane, jednak już wówczas odczuwalne było pogorszenie koniunktury, spadek zamówień – co bezpośrednio wynikało z pogorszenia sytuacji gospodarczej w krajach, które są naj-

ważniejszymi rynkami zbytu małopolskich eksporterów. Dokładniejsza analiza danych statystycznych prowadzi jednak do poważniejszego wniosku: dynamika wzrostu wartości eksportu województwa małopolskiego malała już od 2006 roku. Za najbardziej prawdopodobną przyczynę tej tendencji należy uznać wygasanie pozytywnych impulsów związanych z akcesją Polski do UE, istotne znaczenie miało też umacnianie się złotego.

Kryzys gospodarczy na świecie bez wątpienia okaże się trudnym sprawdzianem dla

małopolskich eksporterów. Dane o eksporcie dla 2009 roku pozwolą na sformułowanie bardziej precyzyjnych wniosków na temat kondycji, elastyczności i umiejętności dostosowawczych eksporterów.

Pomimo opisanych powyżej niepokojących tendencji w eksporcie regionu, na tle innych województw, na przestrzeni ostatnich lat dynamika wzrostu wartości eksportu Małopolski jest bardzo wysoka (wykres 2). W latach 2000-2008 Małopolska zajęła drugą pozycję na liście województw, pod względem dynamiki wzrostu wartości eksportu.



Wykres 2: Dynamika wzrostu eksportu województw w latach 2000-2008 (%)

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie informuje ile razy wartość eksportu w 2008 roku jest wyższa niż w roku 2000

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

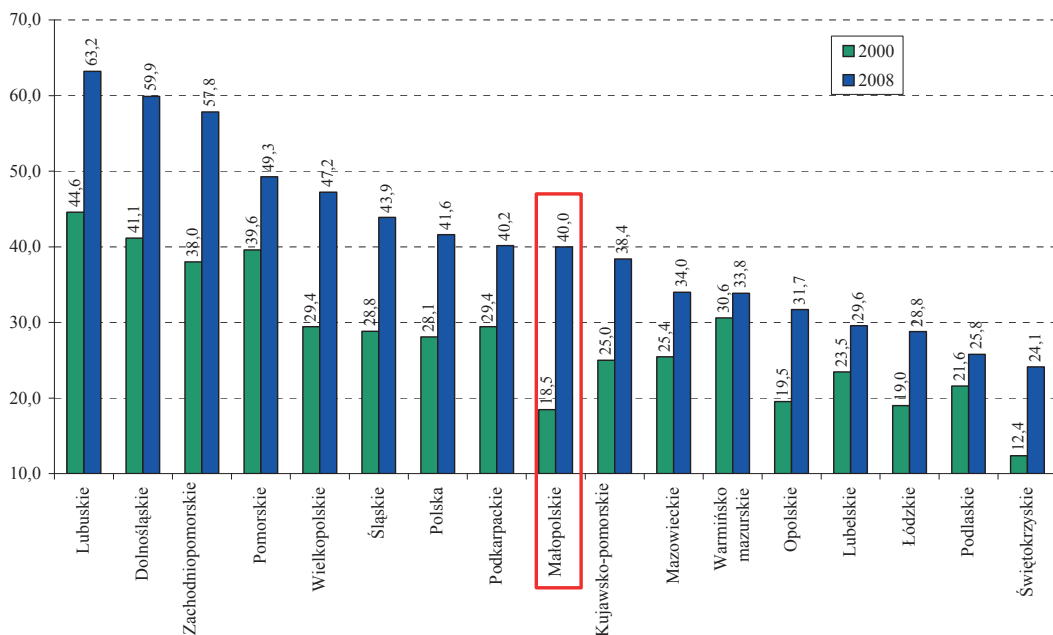
W latach 2000-2008 eksport województwa zwiększył się 3,9 razy. Wyższą dynamikę sprzedaży za granicę posiadało tylko Świętokrzyskie, które jest regionem cechującym się relatywnie niską wartością eksportu, stąd tak znaczący wzrost obrotów był łatwiejszy do osiągnięcia. Pozycja Małopolski w tym rankingu nie wydaje się zagrożona. Dynamika wzrostu eksportu kolejnego województwa – Dolnośląskiego – jest istotnie niższa. Poza tym Dolny Śląsk jest regionem o bardzo wysokiej wartości eksportu (zarówno w wymiarze bezwzględnym, jak

też w przeliczeniu na jednego mieszkańca), zatem nie należy spodziewać się, że eksport tego regionu spektakularnie przyspieszy. Należy podkreślić, że dynamika wzrostu wartości eksportu Małopolski w latach 2000-2008 była znacznie wyższa od analogicznego wskaźnika obliczonego dla eksportu Polski ogółem (3,0).

W stosunku do 2000 roku relacja wartości eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu znacznie wzrosła, z poziomu 18,5% w roku 2000 do 40% w roku 2008 (wykres 3). W stosunku do roku 2007 relacja ta jed-

nak nieznacznie zmalała (z 41,9%). Jest to skutkiem osłabienia dynamiki wzrostu eksportu, przy czym warto zaznaczyć, że proces ten dotknął nie tylko firmy Małopolski. Dla porównania można podać, że spadek relacji eksportu do produkcji sprzedanej odnotowany został też w województwach,

zaliczanych do najbardziej „otwartych”, jak: Pomorskie, Dolnośląskie czy Mazowieckie. Światowy kryzys gospodarczy skutkował więc spadkiem popytu na eksport regionów; na tym tle relatywnie korzystnie kształtował się popyt krajowy.



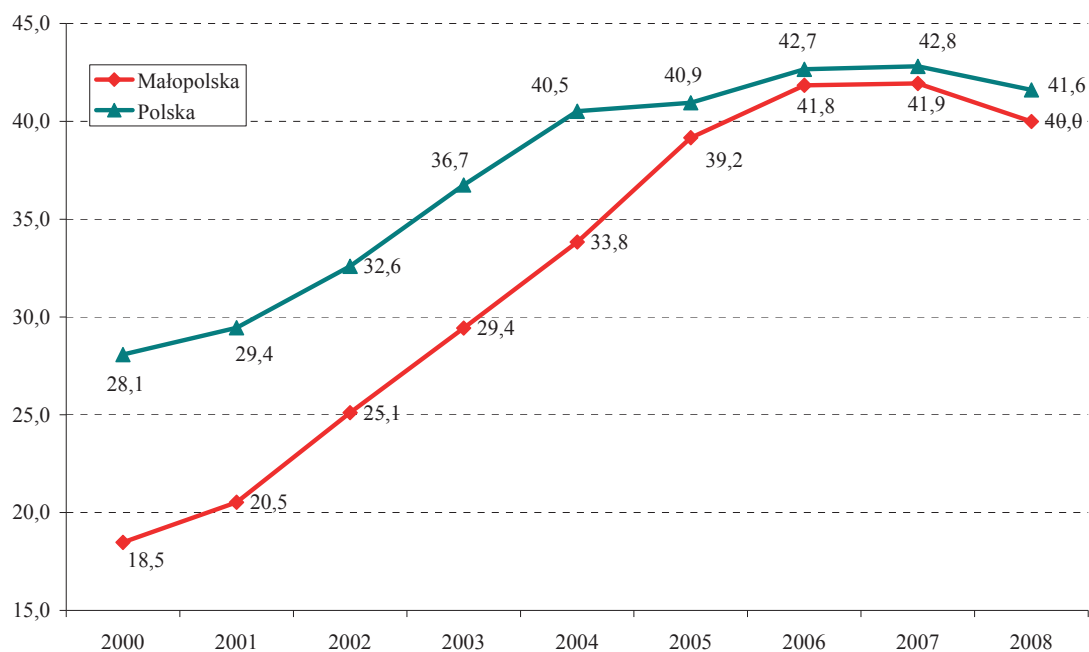
Wykres 3: Relacja wartości eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu w roku 2000 oraz 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Porównanie wskaźnika udziału eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu Małopolski z innymi regionami prowadzi do wniosku, że Małopolska nie wyczerpała jeszcze wszystkich swoich możliwości. Eksport – jako czynnik stymulujący produkcję – odgrywa największą rolę w takich województwach, jak: Lubuskie, Dolnośląskie, Zachodniopomorskie, Pomorskie, Wielkopolska czy Śląsk.

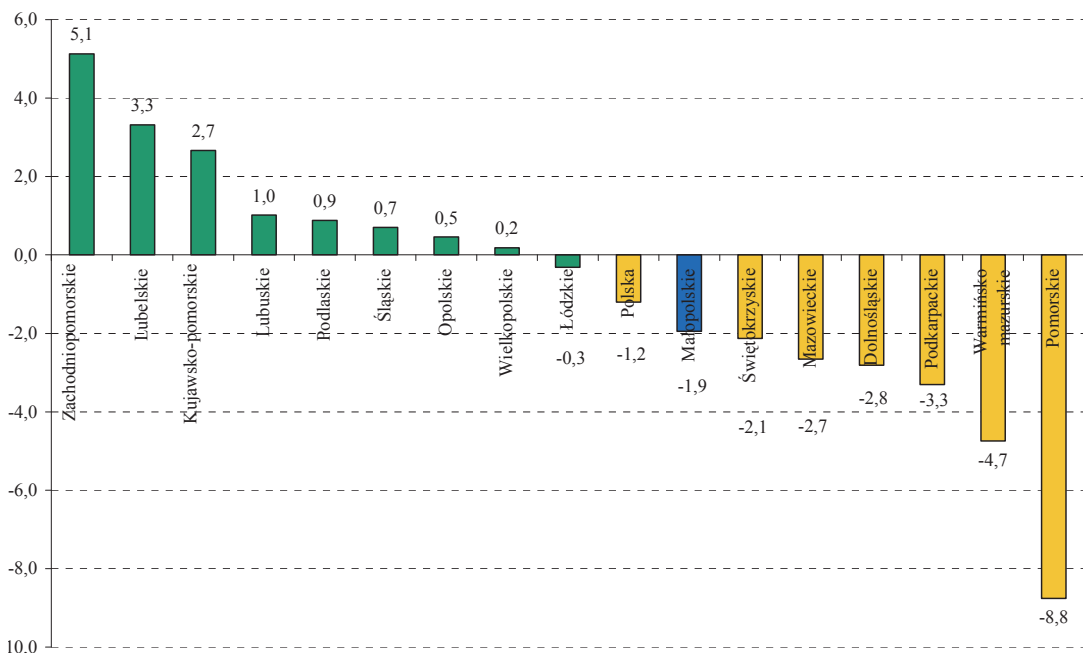
Wykres 4 prezentuje relację wartości eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu dla Małopolski w latach 2000-2008, na tle Polski. Jak wyraźnie widać, do roku 2005 obserwujemy znaczny wzrost tej relacji, był to w zasadzie wzrost przypominający trend liniowy. Zahamowanie rosnącej tendencji nastąpiło w 2006 roku, stabilizacja w 2007, odwrócenie tendencji (spadek) w roku 2008.

Jak wcześniej wspomniano, spadku relacji eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu nie można interpretować jako zjawiska negatywnego. Jest to raczej dowód na zmianę struktury popytu, czyli na wzrost roli popytu krajowego, który wskutek względnie korzystnego rozwoju sytuacji gospodarczej nie uległ gwałtownemu załamaniu. Można stwierdzić, że eksport Małopolski doszedł do nowego etapu. Po latach silnego, nieprzerwanego wzrostu relacji eksportu do przychodów ze sprzedaży w przemyśle, przyszło odwrócenie tego procesu. Kolejne lata przyniosą z pewnością następne zwroty sytuacji w tym względzie. Małopolska z pewnością nie wyczerpała jeszcze wszystkich swoich możliwości, jeżeli chodzi o rolę popytu zagranicznego w stymulowaniu wzrostu i rozwoju produkcji przemysłowej.



Wykres 4: Udział eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w latach 2000-2008 w Małopolsce (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

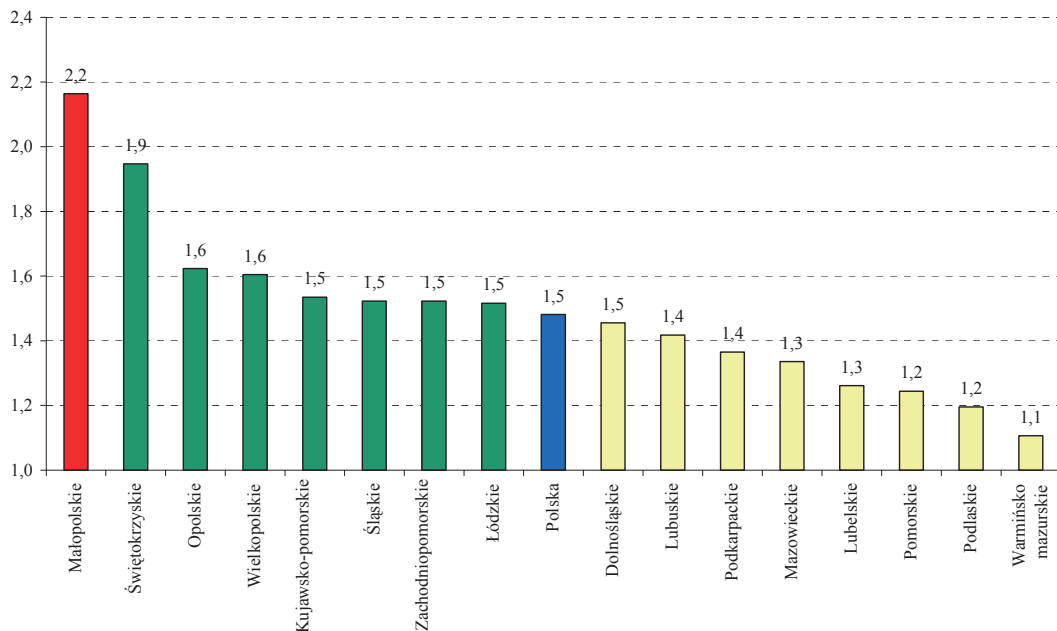


Wykres 5: Zmiana udziału eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w pkt % w roku 2008 względem 2007

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

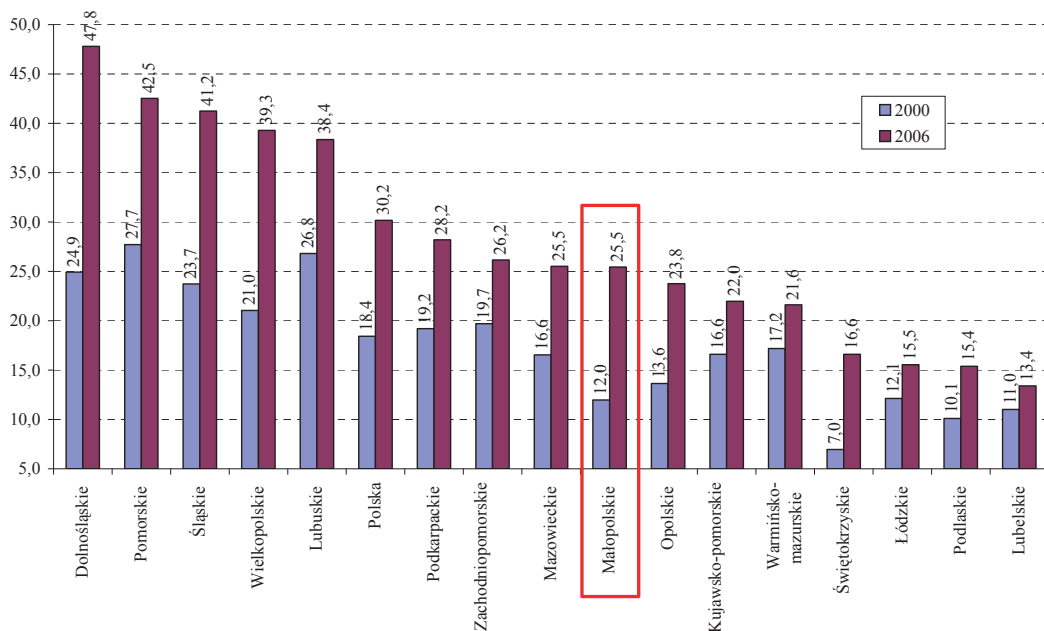
W latach 2000-2008 dynamika relacji eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu była spektakularna: jak już wspomniano, w 2000 roku wynosiła ona 18,5%, a w 2008 40%. Z punktu widzenia dynamiki zmian tego wskaźnika, Małopolska pozostaje liderem w Polsce (wykres 6). Dynamika wzro-

stu udziału eksportu w produkcji sprzedanej w województwie małopolskim była *de facto* najwyższa w Polsce i wyniosła 2,2 (co oznacza ponad dwukrotny wzrost). Dla porównania przeciętny wskaźnik dla kraju w tym okresie kształtował się na poziomie 1,5.



Wykres 6: Dynamika zmian udziału eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

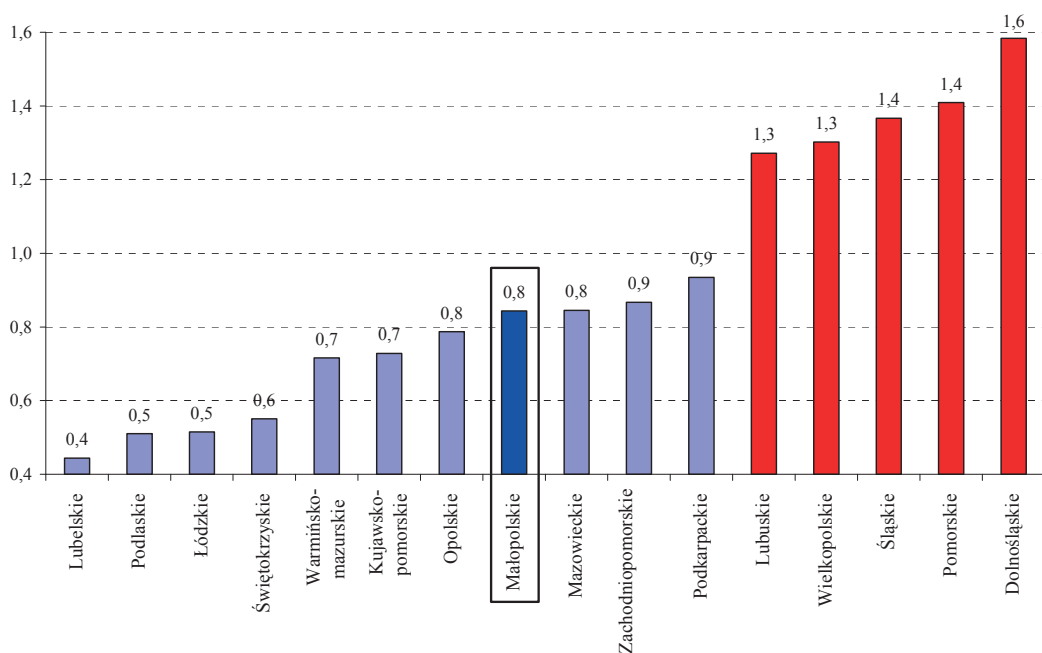


Wykres 7: Relacja wartości eksportu do PKB w roku 2000 oraz 2006 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na tle pozostałych województw, relacja eksportu do PKB generowanego w województwie małopolskim kształtuje się na relatywnie niskim poziomie. Wskaźnik ten w 2006 roku wyniósł 25,5%. W latach 2000-2006 zwiększył się co prawda o ponad 12 pkt. proc. (w 2000 roku kształtował się na poziomie 12%), ale jest nadal znacznie niższy niż w najlepszym pod tym względem Dolnośląskim (47,8%); jest także mniej-

szy niż wynosi średnia dla Polski (30,2%). W tym kontekście, ważny jest fakt, że relacja wartości eksportu do PKB dla Małopolski w latach 2004-2006 rosła w tempie znacznie wyższym, niż dla Polski ogółem. Szczególne znaczenie eksportu pokazuje relacja udziału województwa w krajowym eksporcie do udziału w PKB Polski. Ilustruje ona o ile więcej dany region „wnosi” do ogólnopolskiego eksportu niż do krajowego PKB.



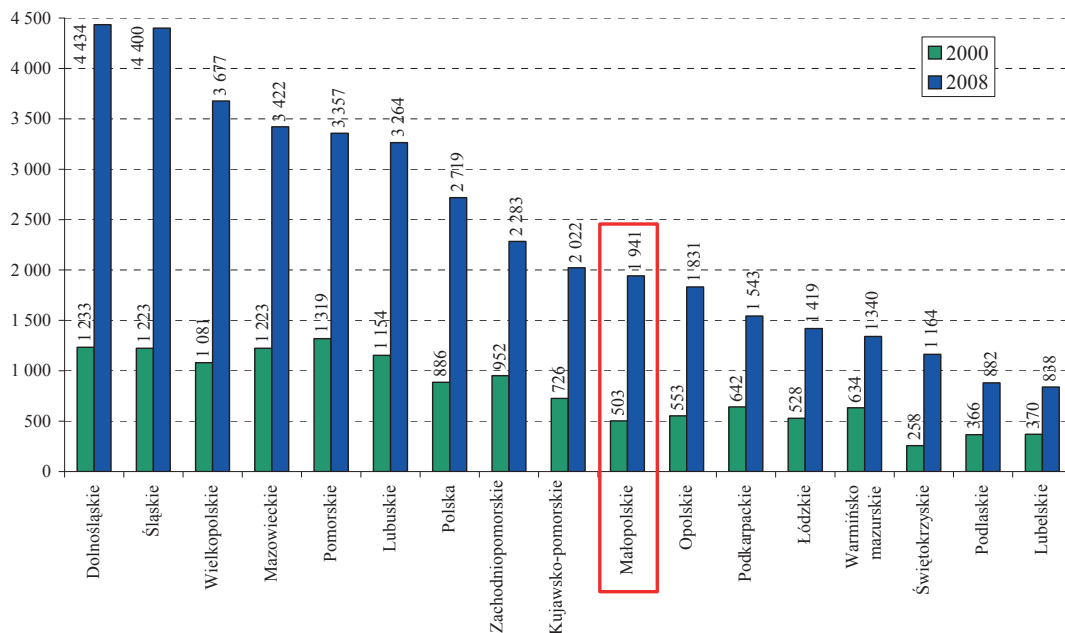
Wykres 8: Relacja udziału województwa w eksporcie Polski do udziału w PKB Polski w roku 2006

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie informuje ile razy udział województwa w eksporcie Polski jest większy od udziału w PKB

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Pod względem kształtowania się wskaźnika relacji udziału województwa w eksporcie Polski do udziału w PKB Polski w roku 2006 wyraźna jest przewaga pięciu województw: dolnośląskiego, pomorskiego, ślą-

skiego, wielkopolskiego oraz lubuskiego. Świadczy to o tym, że w wymienionych regionach znaczenie eksportu dla gospodarki jest szczególnie duże.

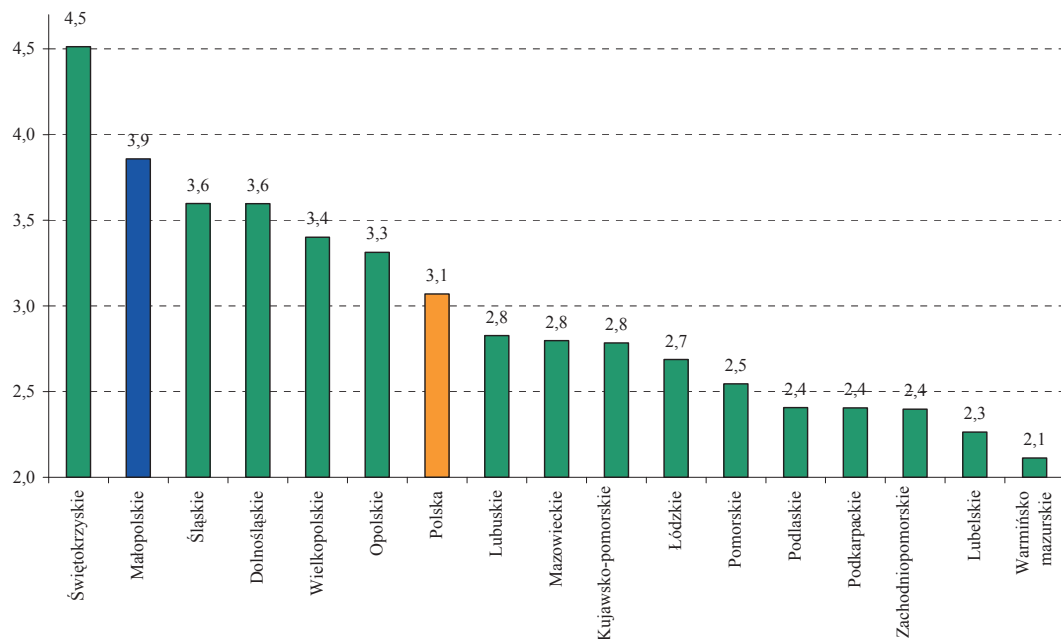


Wykres 9: Wartość eksportu per capita w roku 2000 oraz 2008 (EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Pod względem wartości eksportu *per capita* w 2008 roku Małopolska zajmuje 9. pozycję w rankingu polskich województw. W stosunku do roku 2007 jest to spadek – o jedną pozycję. W 2008 roku wartość ta wynosiła 1941 euro i wzrosła w porównaniu do 2000 roku o 1438 euro. Dla porównania – w „najlepszym” pod tym względem województwie dolnośląskim – eksport na głowę mieszkańca w 2008 roku kształtował się na

poziomie 4434 euro. Dla Polski eksport *per capita* w 2008 roku wyniósł 2719 euro. Mimo, że pod względem wielkości obrotów eksportu na jednego mieszkańca, Małopolska zajmuje 9. miejsce w Polsce, to zmiana tego wskaźnika w latach 2000-2008 należy do najwyższych w kraju. Wyższy wzrost – niż w Małopolsce – miał miejsce jedynie w Świętokrzyskiem.



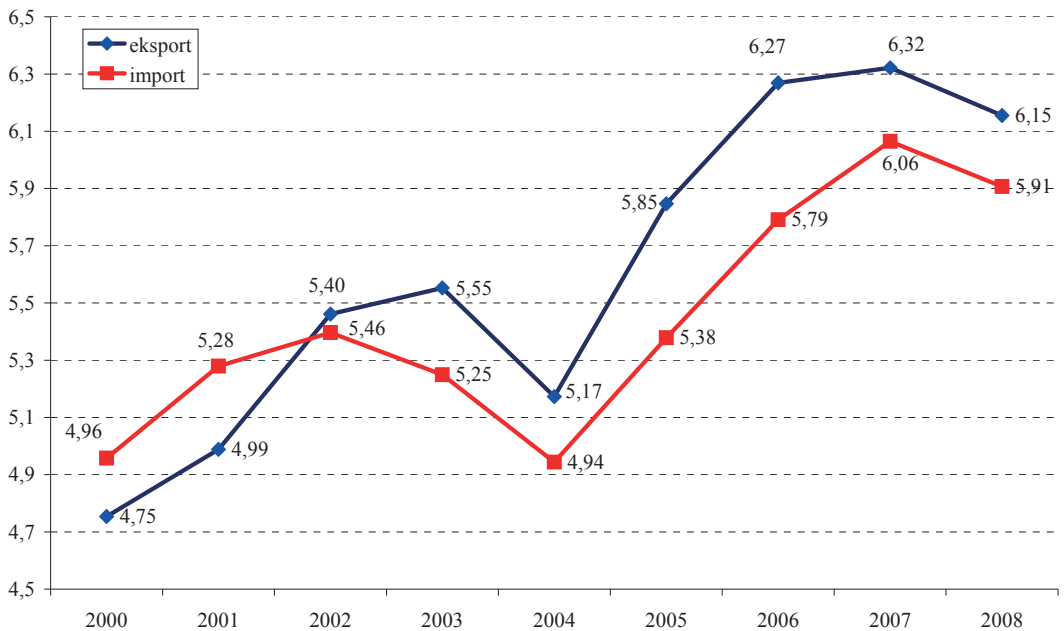
Wykres 10: Zmiana wartości eksportu per capita w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W latach 2000-2008 eksport *per capita* wzrósł w Małopolsce 3,9 razy. Przeciętnie w Polsce wskaźnik ten zwiększył się 3,1 razy.

Analiza rozwoju sytuacji w handlu zagranicznym Małopolski w latach 2000-2008 potwierdza wyniki z badań, opublikowanych w poprzednich raportach, że województwo należy do grupy najbardziej dynamicznych, jeżeli chodzi o wzrost eksportu. W latach

2000-2008 udział województwa w eksporcie Polski ogółem wzrósł z poziomu 4,8% do 6,15 % (wykres 11). Jak jednak widać, w roku 2007 nastąpiło zahamowanie tych pozytywnych trendów, a w 2008 wręcz spadek udziału. Jak już wspomniano, rok 2009 będzie prawdziwym sprawdzianem, jeżeli chodzi o kondycję eksporterów i pokaże, jak ukształtuje się udział województwa w eksporcie Polski ogółem.



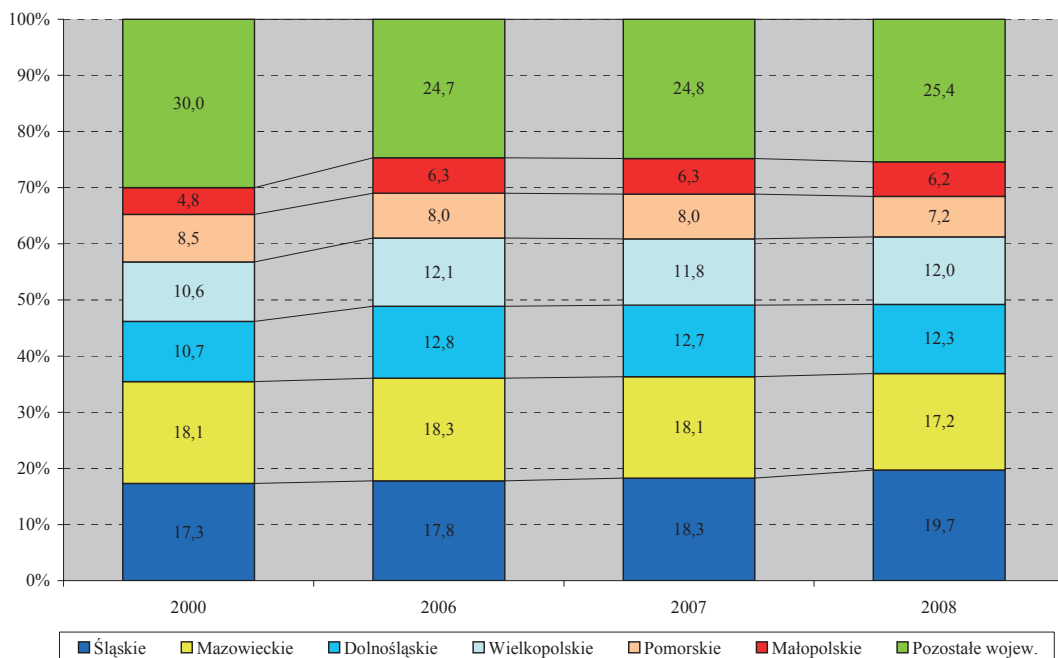
Wykres 11: Udział województwa małopolskiego w eksporcie i imporcie Polski w latach 2000-2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Małopolska – w ostatnich latach – zajmuje 6. pozycję na liście najpoważniejszych „udziałowców” w ogólnej wartości sprzedawanych za granicę polskich towarów. Warto przy tym zauważyć, że „pozostałe” dziesięć regionów kreuje zaledwie 25,4% eksportu. Wyraźna jest dysproporcja w potencjale eksportu. Sześciu największych eksporterów (Śląskie, Mazowieckie, Dolnośląskie, Wielkopolskie, Pomorskie, Małopolskie) w okresie 2000-2008 zwiększyło swoje udziały. W 2000 roku na „pozostałe” województwa przypada-

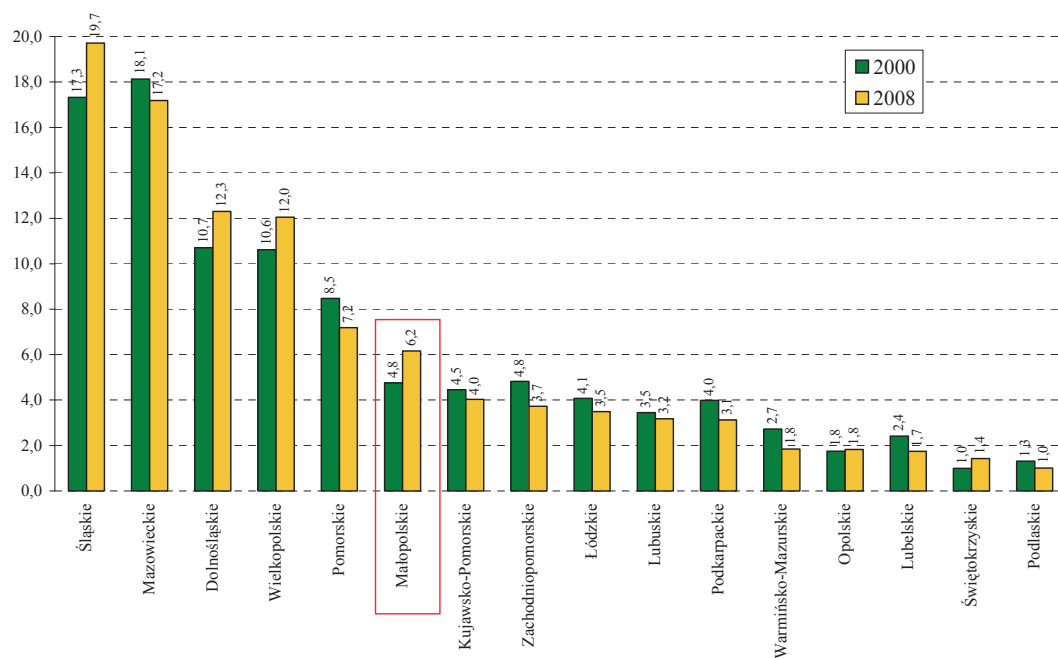
ło 30% z całości eksportu, natomiast w 2008 roku ich udział spadł do 25,4%. W czasie tym nastąpił zatem proces koncentracji geograficznej sprzedaży eksportowej.

Oznacza to, że ze znacznego boomu eksportowego nie wszystkie regiony korzystały w jednakowym stopniu. Zdolność do zwiększenia sprzedaży produktów za granicę jest zróżnicowana; mimo, że we wszystkich regionach eksport wzrasta, to jednak przyrost większy od przeciętnego nastąpił tylko w sześciu wymienionych województwach.



Wykres 12: Udziały województw w eksporcie Polski w latach 2000 oraz 2006, 2007 i 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



Wykres 13: Udziały województw w eksporcie Polski w roku 2000 oraz 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Szósta pozycja Małopolski na liście największych eksporterów wydaje się raczej niezagrażona. Udział kolejnego na liście – Kujawsko-pomorskiego – jest bowiem znacznie niższy. Jednakże eksport tego województwa w latach 2007 i 2008 charakteryzuje się znacznie wyższą dynamiką wzrostu niż Małopolski; jeśli trend taki utrzyma się, to w dłuższej perspektywie pozycja Małopolski może się zmienić. Możliwości wzrostu eksportu zależą przede wszystkim od tego, czy w gospodarce Małopolski pojawią się nowe źródła eksportu, przede wszystkim proeksportowo zorientowani inwestorzy

zagraniczni, którzy – jak widać na przykładzie województwa kujawsko-pomorskiego – mogą istotnie wpływać na tendencje w eksporcie.

W tabeli 1 przedstawiona została wartość eksportu w poszczególnych województwach. Dystans Małopolski – w stosunku do liderów eksportu – jest znaczący. Eksport Małopolskiego to blisko 6,4 mld euro. Na Śląsku eksport wyniósł ponad 20 mld euro, w Mazowieckim – blisko 18 mld. W Wielkopolsce oraz na Dolnym Śląsku wartość eksportu kształtowała się na poziomie ponad 12 mld euro.

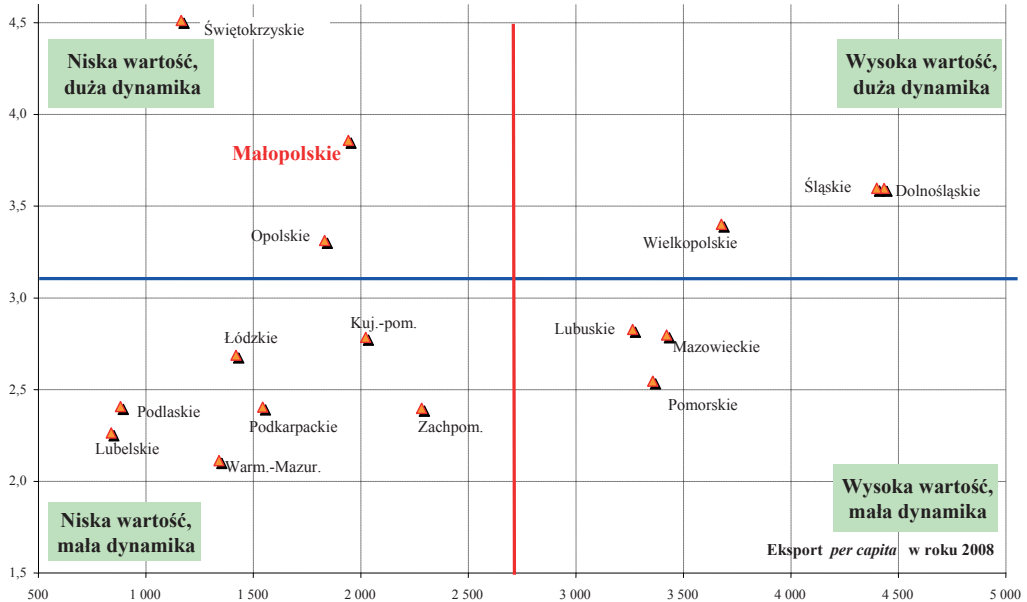
Tabela 1: Wartość eksportu województw w latach 2000-2008 (mld EUR)

	2000	2004	2005	2006	2007	2008
Dolnośląskie	3,7	6,1	7,6	10,5	12,0	12,8
Kujawsko-Pomorskie	1,5	1,9	2,5	2,8	3,5	4,2
Lubelskie	0,8	1,0	1,2	1,4	1,6	1,8
Lubuskie	1,2	1,8	2,2	2,5	2,9	3,3
Łódzkie	1,4	1,8	2,2	2,6	3,1	3,6
Małopolskie	1,63	2,96	3,94	5,16	5,98	6,38
Mazowieckie	6,2	9,6	12,0	15,0	17,1	17,8
Opolskie	0,6	1,0	1,2	1,4	1,6	1,9
Podkarpackie	1,4	2,0	2,3	2,9	3,2	3,2
Podlaskie	0,4	0,8	0,9	1,0	0,9	1,1
Pomorskie	2,9	4,9	5,4	6,6	7,6	7,5
Śląskie	5,9	11,7	12,4	14,6	17,3	20,4
Świętokrzyskie	0,3	0,7	0,9	1,2	1,4	1,5
Warmińsko-Mazurskie	0,9	1,3	1,5	1,7	2,0	1,9
Wielkopolskie	3,6	7,0	8,7	10,0	11,1	12,5
Zachodniopomorskie	1,7	2,3	2,5	2,9	3,2	3,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na wykresie 14 przedstawiono regionalną analizę tendencji w eksporcie przy wykorzystaniu dwóch wskaźników: wartości eksportu *per capita* w roku 2008 oraz dynamiki eksportu *per capita* w latach 2000-2008. Województwa zostały podzielone na klasy, ze względu na poziom kształtowania się wyżej wymienionych kryteriów. W dolnej, lewej „ćwiartce” wykresu przedstawiono grupę regionów, które w latach 2000-2008 charakteryzowały się niską wartością eksportu *per capita* i małą dynamiką wzrostu tego wskaź-

nika. W prawej, dolnej „ćwiartce” znajdują się te regiony, które cechuje wysoka wartość eksportu na jednego mieszkańca, ale niska dynamika wzrostu tego wskaźnika. Małopolska znajduje się w lewej, górnej ćwiartce, czyli wśród województw z relatywnie niską wartością eksportu *per capita*, ale z wysoką dynamiką wzrostu. Jak już wspomniano, wyższą niż Małopolska dynamikę eksportu *per capita* ma tylko jedno województwo – Świętokrzyskie.

Dynamika eksportu *per capita* w latach 2000-2008

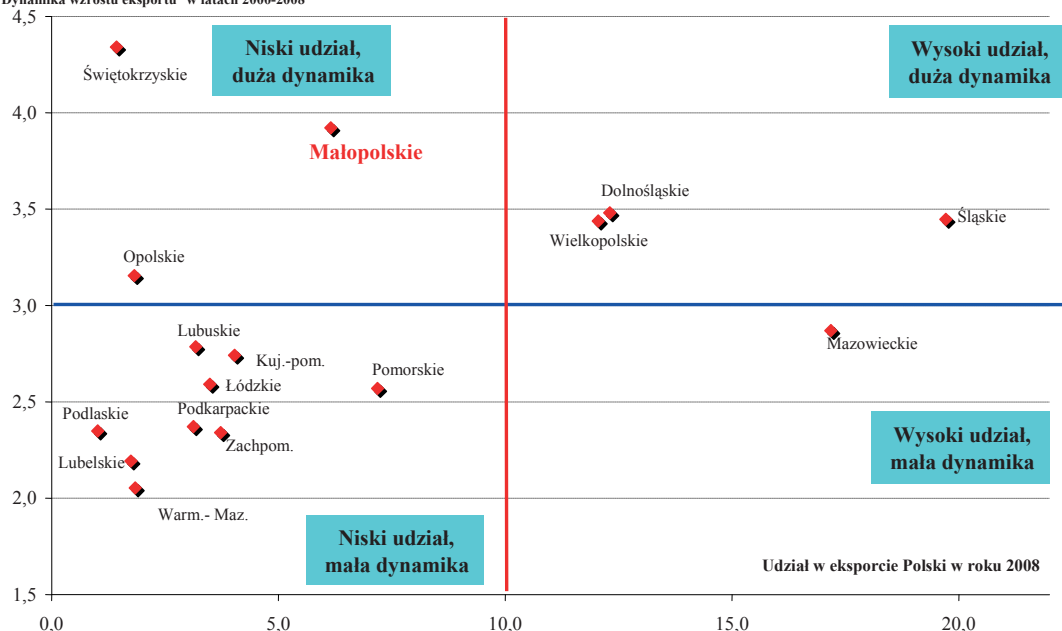
Wykres 14: Syntetyczny obraz województw według wartości eksportu *per capita* w roku 2008 oraz dynamiki wzrostu wartości eksportu *per capita* w latach 2000-2008

Źródło: Obliczenia własne na podstawie danych GUS

Do podobnych wniosków prowadzi następująca, również dwuwymiarowa, analiza dokonana z punktu widzenia kształtowania się kolejnych dwóch wskaźników: udziału regionów w krajowym eksporcie w 2008 roku oraz dynamiki wzrostu obrotów eksportowych w latach 2000-2008. Mocną stroną województwa małopolskiego jest wspomniana bardzo wysoka dynamika eksportu. Region zalicza się – obok Świętokrzyskiego

i Opolskiego – do grupy, która cechuje się relatywnie niskim udziałem w eksporcie krajowym, ale wysoką dynamiką wzrostu obrotów. Ten – określony jako niski udział Małopolski – jest jednak znacząco wyższy od tego, który cechuje Świętokrzyskie. Wartość eksportu Małopolski w 2008 roku zamknęła się kwotą 6,38 mld euro, a Świętokrzyskiego 1,5 mld euro.

Dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008



Wykres 15: Syntetyczny obraz województw według udziału w eksporcie Polski w roku 2008 oraz dynamiki wartości eksportu w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Rekapitulacja

Handel zagraniczny stanowi obecnie jeden z najważniejszych czynników wzrostu gospodarczego krajów i regionów. Rola eksportu, jako składnika zagregowanego popytu, w ostatnich latach rosła. Jednak od 2007 roku widać zahamowanie czy nawet odwrócenie tendencji w tym względzie. Dowodzi to, że zmianie uległa struktura popytu, i że popyt krajowy odgrywa większą rolę, zwłaszcza w roku 2008, w którego drugiej połowie roku rozpoczął się światowy kryzys gospodarczy.

W latach 2000-2008 obroty eksportu i importu województwa małopolskiego wzrastały dynamicznie; eksport w tym czasie zwiększył się 3,9 razy, import natomiast 2,9 razy.

Wartość eksportu woj. małopolskiego zwiększyła się z 1,6 mld euro w 2000 roku do 6,38 mld euro w 2008 roku. W 2008 roku deficyt w obrotach handlowych wyniósł -1,13 mln euro i był najgłębszy w całym okresie 2000-2008.

Udział województwa w eksporcie krajowym w 2008 roku wyniósł 6,15%, czyli

względem roku 2007 nieznacznie spadł. Znaczenie eksportu dla gospodarki województwa nieznacznie zmalało. Udział eksportu w produkcji sprzedanej przemysłu w latach 2000-2008 wzrósł z 18,5% do 40% (w roku 2007 wynosił 41,9%). W perspektywie długookresowej można mówić o zwiększeniu skali tzw. otwarcia gospodarki, jednak w czasie kryzysu gospodarczego na świecie, pozytywne tendencje uległy zahamowaniu. Województwo małopolskie charakteryzuje średni poziom relacji eksportu do produktu krajowego brutto. Wynosi on (dla 2006 roku) 25,5%.

Najwyższą wartością eksportu na jednego mieszkańca w 2008 roku wyróżniało się województwo dolnośląskie (4434 euro w 2008 roku). Dla województwa małopolskiego wskaźnik ten wyniósł 1941 euro.

Małopolska należy do czołówki regionów w rankingu sporządzonym z punktu widzenia przyrostu wartości eksportu per capita. W latach 2000-2008 wskaźnik ten w województwie zwiększył się o 1438 euro, pozostawał jednak na poziomie niższym niż średnia dla Polski (2719 euro).

4. Struktura towarowa eksportu Małopolski

4.1. Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji

4.1.1. Założenia metodologiczne, istota proporcji czynników produkcji

Klasyfikacja według proporcji czynników produkcji nawiązuje do teoretycznych modeli handlu wywodzących się z teorematu Heckschera-Ohlina, w myśl którego w produktach będących przedmiotem wymiany zawarte (ucieleśnione) są czynniki produkcji, wykorzystane do wytworzenia tychże dóbr. W teorii H-O baza handlu (eksportu) określana jest przez relatywne wyposażenie krajów w czynniki produkcji (praca i kapitał⁴), determinujące ich względne ceny. Region specjalizuje się w produkcji oraz w eksporcie produktów, do których wytworzenia potrzeba relatywnie bardziej intensywnego wykorzystania (użycia) czynników produkcji, które są bardziej obfite w danym regionie (lub kraju, w którym region się znajduje). Przykładowo region, w którym występuje relatywnie większa obfitość pracy niż kapitału, będzie się specjalizował w produkcji oraz w eksporcie dóbr pracochłonnych; podejmie natomiast import dóbr kapitałochłonnych. Teoria H-O przewiduje także proces wyrównywania się cen czynników produkcji. Na bazie krytyki modelu H-O rozwinęły się kolejne teorie handlu zagranicznego. Teoria H-O pozostaje przydatna jako narzędzie wyjaśniające strumienie handlu na poziomie regionów, szczególnie w odniesieniu do tzw. handlu międzygałęziowego, czyli eksportu i importu obejmującego odmienne dobra⁵. Należy jednak zastrzec, że analiza struktury eksportu pod względem „zawartości” czynników produkcji jest problematyczna, ponieważ wnioski z niej płynące mogą zostać zdeformowane przez wystąpienie znanego z teorii ekonomii międzynarodowej „efektu

odwrócenia proporcji czynników produkcji”. Polega on na tym, że produkt A jest pracochłonny w kraju X, natomiast w kraju Y jest on kapitałochłonny. Warto także dodać, że wśród ekonomistów nie ma jednomyślności w kwestii tego, jaka działalność zaliczana może być do „wysokich technologii” lub „gałęzi intensywnych technologicznie”.

4.1.2. Analiza struktury eksportu wg czynników produkcji w Małopolsce

Jak wynika z przeprowadzonych obliczeń według klasyfikacji OECD, w eksporcie Małopolski udział gałęzi wysokich technologii nie jest wysoki i wynosi 0,7%, natomiast według klasyfikacji WIFO1, udział gałęzi technologicznie intensywnych kształtuje się na poziomie 14,5%.

W porównaniu z rokiem 2007 zaobserwować można przede wszystkim zmiany w zakresie udziału dóbr wysokich technologii w eksporcie według klasyfikacji WIFO1. Grupa ta obejmuje przemysł samochodowy, którego eksport w latach 2006-2008 w Małopolsce istotnie wzrósł, stąd pozytywna zmiana udziału produktów wysokich technologii. Analizując dynamikę wzrostu wartości eksportu według klas technologii (WIFO1) widzimy, że największy przyrost dotyczył właśnie produktów technologicznie intensywnych. Eksport produktów traktowanych jako wysokie technologie według klasyfikacji WIFO1 w roku 2008 wynosił 923,7 mln euro, zatem względem roku 2007 wzrósł o blisko 500 mln euro. W znacznym stopniu przyczyniło się do podtrzymania wzrostu eksportu województwa ogółem, gdyż na przykład eksport podstawowych gałęzi przemysłu, gałęzi intensywnie wykorzystujących marketing oraz tzw. gałęzi pozostałych – uległ obniżeniu.

4 Oraz inne czynniki produkcji, w tzw. rozszerzonej teorii H-O.

5 Gawlikowska-Hueckel K., „Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy polaryzacja?”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2002, str. 63.

Tabela 2: Wartość eksportu Małopolski według proporcji czynników produkcji (mln EUR) według klasyfikacji WIFO1

	2006		2007		2008	
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%
Podstawowe gałęzie przemysłu	2 185,5	42,4	2 451,3	41,0	2 318,3	36,3
Gałęzie pracochłonne	605,6	11,7	759,5	12,7	795,5	12,5
Gałęzie intensywnie wykorzystujące marketing	745,9	14,5	887,5	14,8	783,6	12,3
Gałęzie kapitałochłonne	924,1	17,9	1 038,3	17,4	1 168,5	18,3
Gałęzie intensywne technologicznie	305,6	5,9	431,8	7,2	923,7	14,5
Pozostałe	388,6	7,5	409,9	6,9	391,7	6,1
Ogółem	5 155,3	100,0	5 978,2	100,0	6 381,4	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS. Przy obliczeniach wykorzystano metodologię porządkowania poszczególnych grup produktowych i przypisania ich do klas według OECD i WIFO1 opracowaną przez T. Brodzickiego. Zob. szerzej w: Brodzicki T., „Wymiana produktów przemysłu przetwórczego między Polską a państwami członkowskimi Unii Europejskiej”, [w:] Zielińska-Głębocka A., red., „Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003, s. 169

Tabela 3: Wartość eksportu Małopolski według proporcji czynników produkcji (mln EUR) według klasyfikacji OECD

	2006		2007		2008	
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%
Gałęzie wysokich technologii	41,7	0,8	42,3	0,7	46,5	0,7
Gałęzie średnio-wysokich technologii	2 523,2	48,9	2 966,5	49,6	3 433,9	53,8
Gałęzie średnio-niskich technologii	1 424,0	27,6	1 616,1	27,0	1 735,6	27,2
Gałęzie niskich technologii	1 141,8	22,1	1 332,5	22,3	1 149,4	18,0
Pozostałe	24,7	0,5	20,8	0,3	15,9	0,2
Ogółem	5 155,3	100,0	5 978,2	100,0	6 381,4	100,0

Źródło i uwagi metodologiczne: tak jak w tabeli poprzedniej.

Analiza struktury eksportu według klasyfikacji OECD prowadzi do odmiennych wniosków. Przede wszystkim wzrosła wartość eksportu produktów zaliczanych do średnio-wysokich technologii, jako że klasyfikacja OECD wśród tych produktów wymienia samochody.

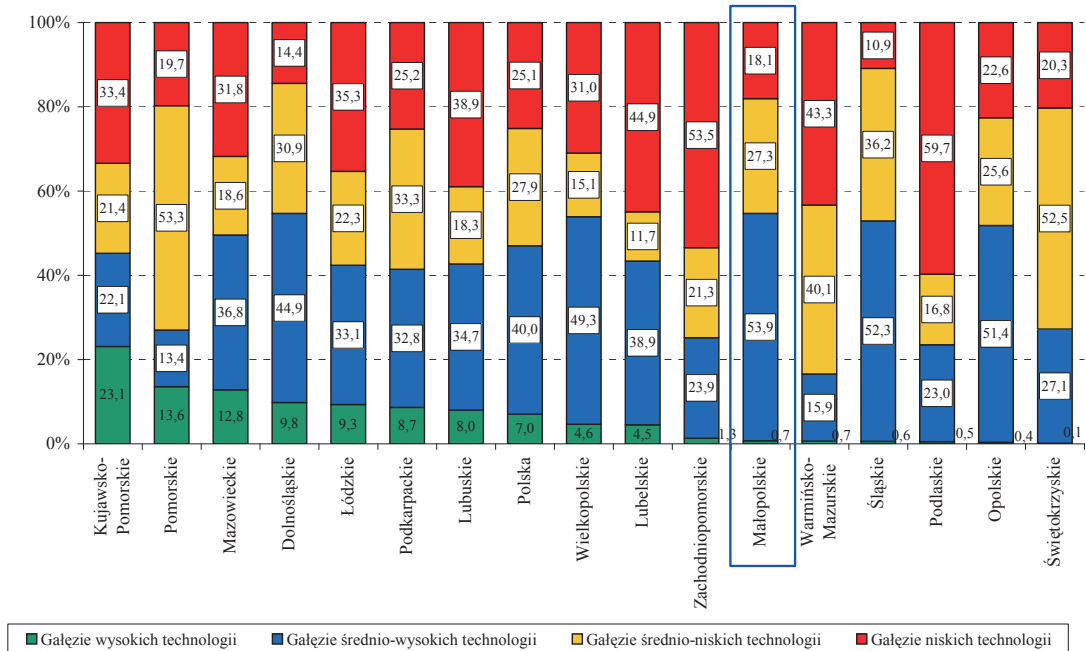
Jak wspominaliśmy w zeszłorocznym raporcie, tak znaczne rozbieżności w analizie struktury eksportu według proporcji czynników produkcji wynikają z odmiennego przypisania poszczególnych grup produktowych do sektora *high-tech*. Lista produktów

zaliczanych do kategorii *high-tech* według OECD jest stosunkowo krótka i obejmuje: komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji, lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne, leki i wyroby farmaceutyczne, maszyny biurowe i ich części, odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich, statki powietrzne i kosmiczne, substancje farmaceutyczne podstawowe oraz urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii prze-

wodowej (łączna wartość eksportu to 46,5 mln euro). Lista pozycji zaliczanych do „wysokiej intensywności technologicznej” wg. WIFO1 jest natomiast dłuższa, i znajdują się na niej takie ważne w eksporcie Małopolski produkty, jak: aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza, wyroby chemiczne gdzie indziej niesklasyfikowane, pojazdy samochodowe, instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy, leki i wyroby farmaceutyczne, sprzęt medyczny i chirurgiczny oraz przyrządy ortopedyczne, urządzenia

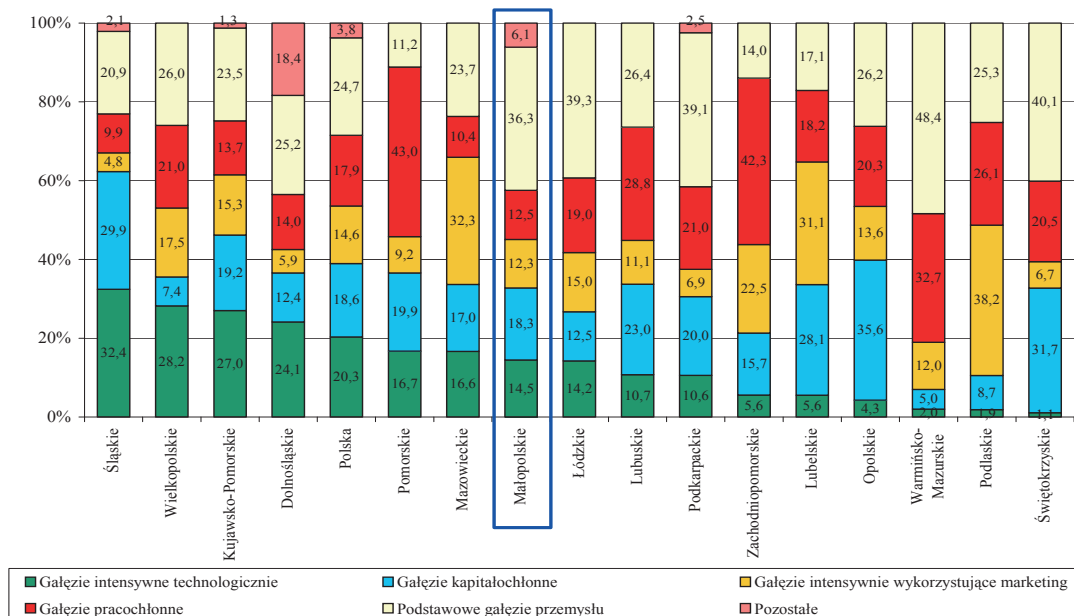
nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej, nośniki informacji niezapisane (łączna wartość eksportu w Małopolsce w 2008 roku to 924 mln euro).

W porównaniu z innymi województwami, Małopolskie według klasyfikacji OECD (udział gałęzi wysokich technologii) zajmuje 11. pozycję wśród województw (co oznacza poprawę pozycji w stosunku do 2007 o jedno miejsce), natomiast według klasyfikacji WIFO1 – pozycję 7 (poprawa pozycji o dwa miejsca względem 2007 roku).



Wykres 16: Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji w roku 2008 (%) według klasyfikacji OECD. Porównanie Małopolski z innymi województwami

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



Wykres 17: Struktura eksportu według proporcji czynników produkcji w roku 2008 (%) według klasyfikacji WIFO1. Porównanie Małopolski z innymi województwami
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na przykładzie różnic między klasyfikacjami OECD oraz WIFO1 zadać można pytanie o przydatność podziałów gałęzi opracowywanych dla bardziej – niż w przypadku Polski – rozwiniętych gospodarek. Na przykład „pojazdy samochodowe” według OECD nie są zaliczane do sektora najwyższych technologii, natomiast według WIFO1 – są. Może w przypadku bardziej rozwiniętych krajów OECD rzeczywiście tego rodzaju produkcji nie można zaliczać do *high-tech*, jednak dla Polski, budującej potencjał konkurencyjności przemysłu i dokonującej wciąż poważnych zmian w strukturze przemysłu, zaliczenie przemysłu samochodowego do wysokich technologii wydaje się jak najbardziej zasadne, szczególnie – jeśli porównamy aktualną strukturę produkcji przemysłowej i eksportu z tą, którą Polska „odziedziczyła” po gospodarce centralnie planowanej. Takie podejście wydaje się trafne również z punktu widzenia teorii sektorów wiodących. Podkreśla się w niej, że gałęzie te są zmienne w czasie i przestrzeni. Oznacza to, że inne gałęzie pobudzają rozwój np. w Bawarii, a inne Lubuskim czy Małopolsce.

4.2. Najważniejsze produkty w eksporcie, koncentracja eksportu według produktów

Tabela 4 przedstawia listę 25 najważniejszych produktów eksportowych Małopolski. Podobnie jak w poprzednich latach, pierwsze miejsce zajmują druty i przewody izolowane. W stosunku do 2007 roku udział tej grupy produktów uległ zmniejszeniu – z 14,8% do 11,3%. Jest to rezultat spadku wartości eksportu tych produktów. Drugą, z punktu widzenia wagi grupą w obrotach, są pojazdy samochodowe (9,5%), trzecią: części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników (5,1%). Udział powyżej 3% i więcej dotyczy także: aluminium i wyrobów z aluminium, wyposażenia elektrycznego do silników i pojazdów, aparatury elektrycznej rozdzielczej i sterowniczej, żeliwa, stali i żelazostopów. Pozostałe grupy (z „listy 25”) mają mniejsze znaczenie, a ich udziały w wartości sprzedaży na rynki zagraniczne wahają się od 1% do 3,3%.

Zwrócić należy uwagę na bardzo wysoką dynamikę wzrostu eksportu pojazdów samochodowych. Ich eksport w roku 2008 wzrósł o 351% względem roku 2007. W tym samym okresie, o blisko 19% zmniejszyła się wartość eksportu najważniejszej grupy produktowej w zagranicznej sprzedaży województwa – drutów i przewodów izolowanych.

Tabela 4: Lista 25 najważniejszych grup produktów w eksporcie województwa małopolskiego w roku 2007 i 2008

Lp.	Grupa PKWiU	2007	2008		Zmiana	
		mln EUR	mln EUR	%	mln EUR	%
	Ogółem	5 978,2	6 381,4	100,0	403,2	6,7
1	Druły i przewody izolowane	885,0	719,6	11,3	-165,4	-18,7
2	Pojazdy samochodowe	134,1	605,4	9,5	471,3	351,4
3	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	326,1	325,4	5,1	-0,7	-0,2
4	Aluminium i wyroby z aluminium	311,1	313,0	4,9	1,9	0,6
5	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	271,9	277,4	4,3	5,5	2,0
6	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	191,7	223,3	3,5	31,6	16,5
7	Żeliwo, stal i żelazostopy	151,1	188,3	3,0	37,3	24,7
8	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	162,1	158,2	2,5	-3,9	-2,4
9	Opakowania z metali lekkich	198,9	156,8	2,5	-42,1	-21,2
10	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	114,3	137,0	2,1	22,7	19,8
11	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	77,4	114,1	1,8	36,6	47,3
12	Maszyny ogólnego przeznaczenia	89,7	111,7	1,8	22,0	24,6
13	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	85,6	110,9	1,7	25,4	29,7
14	Chemikalia organiczne podstawowe	144,8	109,2	1,7	-35,6	-24,6
15	Produkty rafinacji ropy naftowej	69,0	105,7	1,7	36,6	53,0
16	Kurki i zawory	114,7	102,0	1,6	-12,7	-11,1
17	Wyroby metalowe gotowe	95,6	98,2	1,5	2,6	2,7
18	Wyroby z gumy	95,2	96,8	1,5	1,7	1,7
19	Maszyny specjalnego przeznaczenia	45,9	88,2	1,4	42,3	92,3
20	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	63,3	87,9	1,4	24,6	38,8
21	Konstrukcje metalowe	65,0	81,8	1,3	16,7	25,8
22	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	62,3	72,8	1,1	10,5	16,9
23	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	56,5	65,7	1,0	9,2	16,3
24	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	36,1	65,0	1,0	28,9	80,0
25	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	65,0	64,8	1,0	-0,1	-0,2
	Pozostałe	2 065,9	1 902,3	29,8		

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Koncentracja eksportu Małopolski według produktów w roku 2008 względem lat poprzednich nie uległa poważniejszym zmianom. Na pięć najważniejszych produktów – z punktu widzenia wagi mierzonej udziałami w eksporcie – przypada łącznie 35,1% wartości obrotów eksportowych Małopolski, na dziesięć 48,6%. Oznacza to, że produktowa koncentracja eksportu nie jest szczególnie wysoka, przynajmniej w porównaniu do innych województw. Przykładowo – w ekstremalnym z punktu widzenia koncentracji produktowej eksporcie – województwie śląskim, pierwsze pięć najważniejszych produktów eksportowych obejmuje 63,5% wartości eksportu tego regionu.

Warto skomentować te udziały w kontekście zagrożeń, które mogą one stworzyć dla sytuacji gospodarczej. Większa dywersyfikacja sprzedaży jest bardziej bezpieczna, ponieważ w razie zmniejszenia się popytu zagranicą, nie spowoduje gwałtownego załamania produkcji w gałęziach eksportowych, co poprzez łańcuchową reakcję mogłoby wywołać obniżenie produkcji, zatrudnienie,

plac i popytu na produkty firm regionu. W świetle takiej interpretacji, najlepiej jest w Łódzkiem, gdzie na 5 najważniejszych produktów przypada 21,6% eksportu (na pierwszych 20 natomiast 53,3% eksportu). Sytuację tę można interpretować jeszcze z innego punktu widzenia. Wielcy eksporterzy przeżywają czasem trudności, których skutkiem może być radykalne zmniejszenie lub nawet wstrzymanie sprzedaży za granicę. Jeżeli dotyczyłoby to firm, których udział w eksporcie jest bardzo wysoki, prowadzić by to mogło do radykalnego zmniejszenia eksportu całego regionu.

Powyższe rozważania istotne są także z perspektywy członkostwa Polski w strefie euro. Wysoki stopień koncentracji eksportu – w świetle teorii optymalnych obszarów walutowych - nie jest korzystny. Załamanie wpływów z eksportu w ważnej branży w gospodarce regionu może doprowadzić do niestabilności bilansu obrotów handlowych – co nie byłoby wskazane ze względu na brak możliwości wpływania na konkurencyjność eksportu przez kursy walutowe.

Tabela 5: Koncentracja eksportu według produktów, porównanie Małopolski do innych województw w roku 2008

	Udział najważniejszych			
	5 produktów	10 produktów	15 produktów	20 produktów
Łódzkie	21,6	34,1	44,7	53,3
Mazowieckie	24,0	37,6	47,4	54,3
Podlaskie	33,9	51,1	60,1	66,2
Małopolskie	35,1	48,6	57,3	64,7
Opolskie	36,1	52,2	61,7	69,0
Lubelskie	36,1	54,5	65,8	73,1
Lubuskie	37,0	53,2	63,2	70,9
Podkarpackie	38,6	53,6	61,9	68,3
Kujawsko-Pomorskie	40,5	50,4	58,2	64,9
Wielkopolskie	40,5	50,5	57,6	63,6
Zachodniopomorskie	47,6	58,1	64,9	70,6
Dolnośląskie	50,0	62,1	68,9	74,1
Warmińsko-Mazurskie	51,0	61,4	68,6	74,1
Świętokrzyskie	53,7	65,9	73,5	78,3
Pomorskie	57,2	67,3	73,2	77,6
Śląskie	63,5	70,5	75,7	79,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Z drugiej jednak strony rozważania w ramach tzw. nowej geografii ekonomicznej wskazują, że wysoka wartość eksportu branży, powoduje wzrost korzyści skali, których źródłem jest specjalizacja. Znaczna skala produkcji eksportowej prowadzi do obniżenia kosztów, a tym samym do wzrostu zdolności do konkurencji z podobnymi produktami wytwarzanymi w innych krajach.

4.3. Eksport produktów rolnospożywczych

4.3.1. Porównanie Małopolski z innymi województwami

Mimo zmian w strukturze produkcji trzech sektorów (rolnictwa, przemysłu i usług), artykuły rolne i spożywcze pozostają ważnymi polskimi produktami eksportowymi. Największy wkład do ogólnopolskiego eksportu tych artykułów ma Mazowsze, którego udział w krajowej sprzedaży na rynki zagraniczne w 2008 roku wynosił 36,5%. Drugim z kolei „udziałowcem” (15,1% w 2008 r.) jest Wielkopolska. Udziały pozostałych województw są znacząco mniejsze i wahają się od 6,9% (Zachodniopomorskie) do 0,8% (Świętokrzyskie).

Tabela 6: Udział województw w eksporcie produktów rolnych i spożywczych Polski w latach 2006-2008 (mln EUR i %)

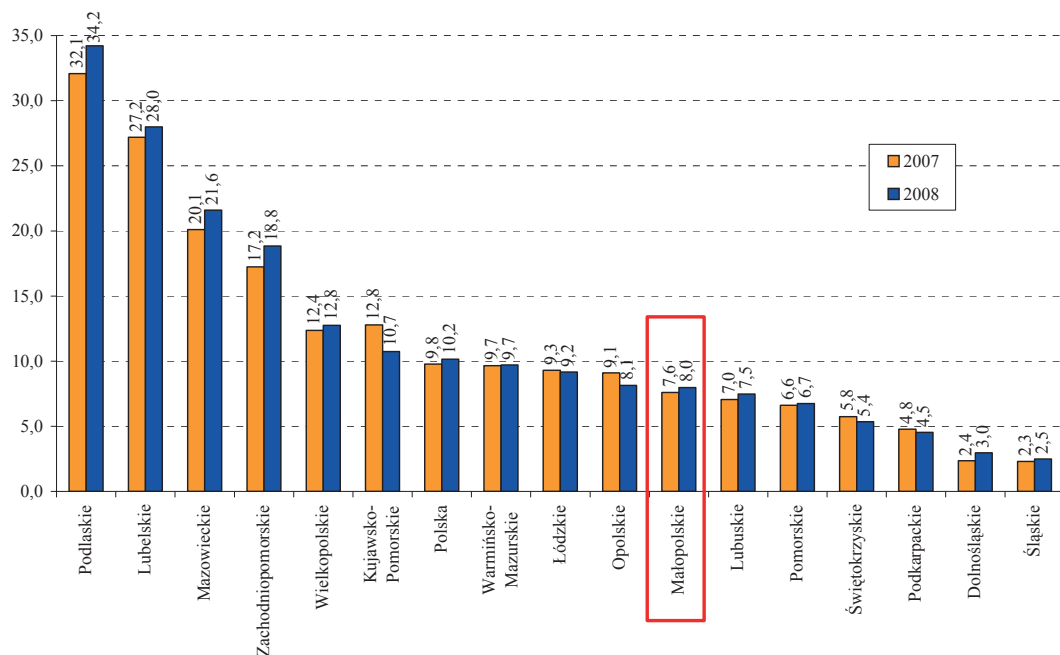
	mln EUR			%		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
Dolnośląskie	240,1	283,2	378,3	3,0	3,1	3,6
Kujawsko-Pomorskie	371,7	445,6	449,4	4,6	4,8	4,3
Lubelskie	391,8	438,8	507,2	4,9	4,7	4,8
Lubuskie	172,3	202,7	246,3	2,2	2,2	2,3
Łódzkie	274,1	291,3	331,9	3,4	3,1	3,2
Małopolskie	376,0	454,8	508,9	4,7	4,9	4,8
Mazowieckie	2 968,4	3 434,5	3 846,1	37,1	37,1	36,5
Opolskie	169,9	145,4	154,0	2,1	1,6	1,5
Podkarpackie	126,5	155,0	146,7	1,6	1,7	1,4
Podlaskie	294,9	296,2	359,4	3,7	3,2	3,4
Pomorskie	424,0	499,5	502,7	5,3	5,4	4,8
Śląskie	317,1	396,8	510,2	4,0	4,3	4,8
Świętokrzyskie	71,9	77,9	79,4	0,9	0,8	0,8
Warmińsko-Mazurskie	124,7	194,4	185,6	1,6	2,1	1,8
Wielkopolskie	1 222,1	1 378,9	1 594,1	15,3	14,9	15,1
Zachodniopomorskie	466,1	558,6	728,2	5,8	6,0	6,9
Polska	8 011,5	9 253,6	10 528,5	100,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Udział Małopolski w krajowym eksporcie produktów rolno-spożywczych w roku 2008 wyniósł 4,8%. Takie same udziały (4,8%) miały też województwa: lubelskie, pomorskie i śląskie.

Proporcje, w jakich partycypują produkty rolno-spożywcze w wartości regionalnego eksportu, są w znacznej mierze odzwierciedleniem znaczenia sektora rolnego w gospodarce regionu. Stąd, w grupie województw o wyższym od przeciętnego dla Polski wskaźniku udziału produktów rolnych

w eksporcie znajdują się takie województwa, jak: Podlasie, Lubelszczyzna, Mazowsze, Zachodnie Pomorze, Kujawy czy Wielkopolska (wykres 18). Udział produktów rolnych i spożywczych w całości eksportu Podlasia wynosi 34,2%, Lubelskiego 28%, Mazowsza 21,6%. Małopolska – na tle pozostałych regionów – charakteryzuje się niskim udziałem tych produktów w eksporcie. W 2008 roku wyniósł on 8%, czyli kształtował się poniżej wartości średniej dla Polski (10,2%).

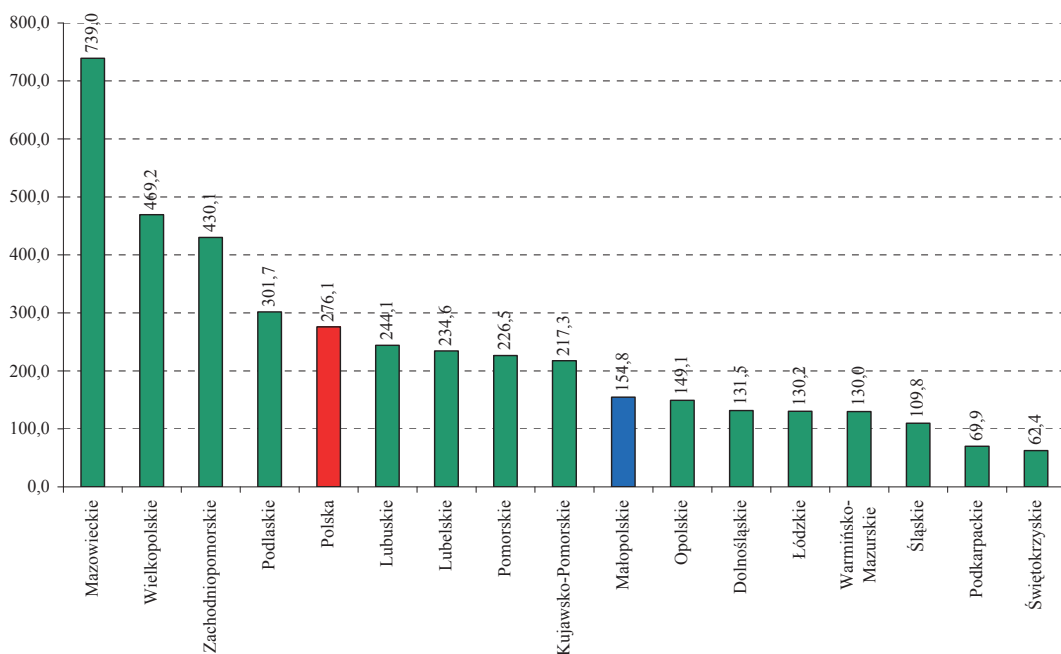


Wykres 18: Udział produktów rolnych i spożywczych w eksporcie w roku 2007 i 2008 (%). Porównanie Małopolski do innych województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jest to zaskakujące, gdyż udział pracujących w sektorze rolnym w Małopolsce jest wyższy od przeciętnego wskaźnika dla Polski. Można zatem wnioskować, że województwo nie wykorzystuje swojego potencjału i że możliwości sprzedaży produktów rolno-spożywczych są znacznie większe od tych, które są realizowane.

Wartość eksportu produktów rolno-spożywczych na jednego mieszkańca w Małopolsce kształtowała się na poziomie 154,8 euro i była niższa od przeciętnego wskaźnika dla Polski, który wynosił 276 euro. Z punktu widzenia wartości eksportu artykułów rolno-spożywczych *per capita*, Małopolska w 2008 zajęła 9. miejsce w Polsce (10. w roku 2006 i 2007).



Wykres 19: Wartość eksportu produktów rolnych i spożywczych per capita w roku 2008 (EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

4.3.2. Eksport produktów rolno-spożywczych Małopolski

W tabeli 7 przedstawiono listę najważniejszych eksportowych produktów rolnych i spożywczych oraz ich udziały w ogólnym eksporcie tego rodzaju dóbr.

Najbardziej znaczące eksportowe produkty rolno-spożywcze Małopolski w 2008 to: mięso świeże i zakonserwowane, z wyłą-

eniem mięsa z drobiu i królików (14,3%), suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości (12,9%), owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane (12,7%). Udziały powyżej 5% dotyczą także: kawy i herbaty, wód mineralnych i napojów bezalkoholowych, soków z owoców i warzyw oraz artykułów spożywczych pozostałych.

Tabela 7: Lista najważniejszych produktów rolnych i spożywczych w eksporcie województwa małopolskiego w roku 2007 i 2008

Lp.	Grupa PKWiU	2007		2008	
		mln EUR	%	mln EUR	%
	Ogółem	454,8	100,0	508,9	100,0
1	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	62,3	13,7	72,8	14,3
2	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	56,5	12,4	65,7	12,9
3	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	65,0	14,3	64,8	12,7
4	Kawa i herbata	28,2	6,2	37,1	7,3
5	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	24,7	5,4	35,8	7,0
6	Soki z owoców i warzyw	36,5	8,0	31,1	6,1
7	Artykuły spożywcze pozostałe	23,8	5,2	30,2	5,9
8	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	23,1	5,1	24,6	4,8
9	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	19,7	4,3	20,6	4,0
10	Kakao, czekolada i wyroby cukiernicze	21,1	4,6	20,1	3,9
11	Przyprawy	7,8	1,7	16,6	3,3
12	Ryby i pozostałe produkty rybactwa, przetworzone i zakonserwowane	5,8	1,3	12,8	2,5
13	Mleko i przetwory mleczne	18,4	4,0	12,4	2,4
14	Wyroby z mięsa, włączając wyroby mięsne z drobiu i królików	7,4	1,6	10,6	2,1
15	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa	18,6	4,1	10,3	2,0
16	Pieczyno i wyroby ciastkarskie, świeże	7,8	1,7	8,4	1,6
17	Karma dla zwierząt domowych	3,4	0,8	5,7	1,1
18	Pasza dla zwierząt gospodarskich i ryb	3,8	0,8	5,5	1,1
19	Lody	4,8	1,1	5,0	1,0
	Pozostałe	16,3	3,6	18,9	3,7

Do pozostałych grup produktów zaklasyfikowanych jako rolne i spożywcze zaliczone zostały: oleje i tłuszcze surowe, cukier, owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe, produkty przemiału zbóż, margaryna i podobne tłuszcze jadalne, zwierzęta żywe pozostałe i produkty pochodzące od tych zwierząt, makarony, kluski, kuskus i podobne wyroby mączne, świnie żywe, ziemniaki przetworzone i zakonserwowane, drób żywy i jaja, produkty gospodarki leśnej, z wyłączeniem działalności usługowej, alkohol etylowy, owce, kozy, konie, osły, muły, osłomuły oraz produkty pochodzące od tych zwierząt, skrobia i produkty skrobiowe, oleje i tłuszcze rafinowane, przetwory homogenizowane oraz żywność dietetyczna, jabłecznik i pozostałe wina owocowe, wermut i pozostałe wina aromatyzowane, piwo otrzymywane ze słodu, ryby i pozostałe produkty rybactwa, usługi związane z rybactwem.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Głównym odbiorcą produktów rolno-spożywczych Małopolski jest Unia Europejska, na rynki której trafia 54,5% całości eksportu tej grupy towarów. W stosunku do 2007 roku udział UE nieznacznie się zmniejszył (przy wzroście wartości eksportu). Drugie

miejsce zajmują nowe kraje członkowskie UE, na które przypada 29,2% sprzedaży. W roku 2008 względem roku poprzedniego eksport produktów rolno-spożywczych wzrósł do wszystkich grup krajów, za wyjątkiem Rosji, Ukrainy i Białorusi.

Tabela 8: Eksport produktów rolnych i spożywczych Małopolski w latach 2006-2008 w podziale na grupy krajów

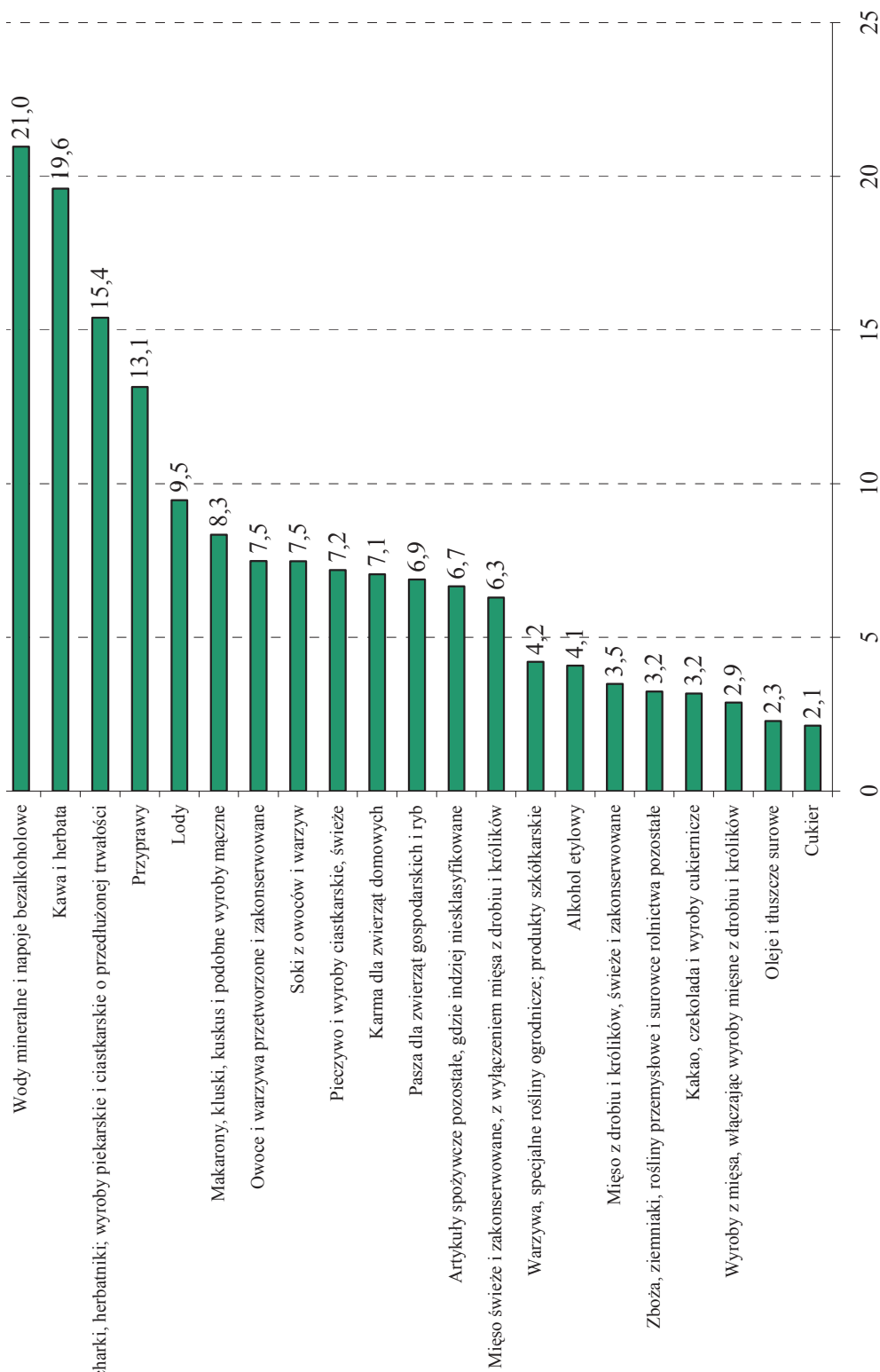
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
	mln EUR			%		
UE	195,5	254,8	277,5	52,0	56,0	54,5
Nowi w UE	105,8	119,5	148,6	28,1	26,3	29,2
Pozostałe kraje	32,2	36,3	39,4	8,6	8,0	7,7
Rosja, Ukraina, Białoruś	34,9	38,2	35,6	9,3	8,4	7,0
Daleki Wschód	7,5	5,9	7,7	2,0	1,3	1,5
Ogółem	376,0	454,8	508,9	100,0	100,0	100,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W poprzednich latach podkreślaliśmy relatywnie niewielki udział w eksporcie rynków Rosji, Ukrainy i Białorusi – w 2008 roku udział ten uległ jeszcze zmniejszeniu (podobnie jak w roku 2007). Jest to zapewne, przynajmniej częściowo, wynikiem utrudnień, które wynikają z zakazu importu niektórych wyrobów rolno-spożywczych sprowadzanych przez Rosję oraz wysokiego ryzyka handlu z tymi krajami. Z drugiej strony wynika to z rosnącego eksportu do nowych krajów członkowskich UE, w handlu z którymi nie ma utrudnień, ryzyko jest bardzo

małe, a popyt – na uznane przez konsumentów produkty – rośnie.

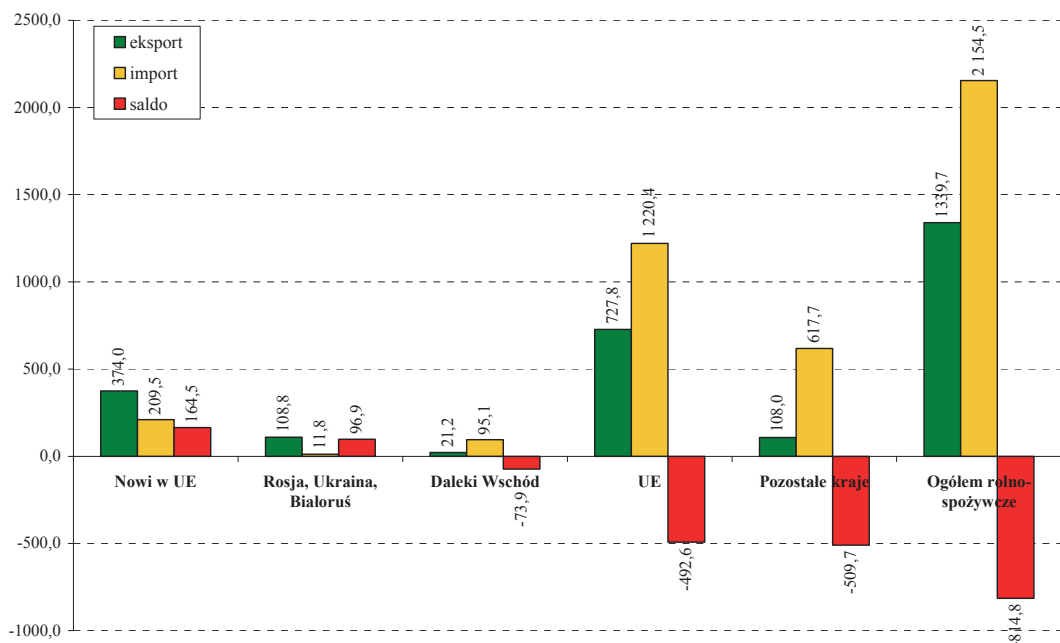
Na wykresie 20 przedstawiono udział Małopolski w krajowym eksporcie różnych grup artykułów rolno-spożywczych. Najpoważniejszy wkład wnosi Małopolska do krajowego eksportu w zakresie: wód mineralnych i napojów bezalkoholowych (21%), kawy i herbaty (19,6%), sucharów, herbatników i wyrobów piekarsko-ciastkarskich (15,4%) oraz przypraw (13,1%). Udział w ogólnopolskim eksporcie pozostałych produktów nie przekracza 10%.



Wykres 20: Udział Małopolski w eksporcie wybranych produktów rolnych i spożywczych Polski ogółem w 2008 roku (%)
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Można wskazać jeszcze kilka grup towarów rolno-spożywczych, które posiadały wyższe udziały w eksporcie ogólnopolskim od średniego wskaźnika, charakteryzującego Małopolskę (6,15% w 2008 roku). Należą do nich: lody; makarony, kluski, kuskus

itp.; owoce i warzywa, soki z owoców i warzyw, pieczywo i wyroby ciastkarskie świeże, karma dla zwierząt domowych, pasza dla zwierząt gospodarskich i ryb oraz mięso świeże i zakonserwowane.



Wykres 21: Ekspert, import oraz saldo w zakresie artykułów rolno-spożywczych Małopolski w 2008 roku (mln EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W handlu artykułami rolno-spożywczymi Małopolska odnotowuje ujemne saldo. W 2008 roku wyniosło ono -814 mln euro, co jest poważną zmianą względem poprzednich lat, kiedy to wynosiło 200 – 300 mln euro. Dodatkowo saldo odnotowane zostało w handlu z nowymi krajami członkowskimi UE oraz z Rosją, Ukrainą i Białorusią. Z Dalekim Wschodem, z UE oraz z grupą „pozostałych” krajów – saldo jest ujemne.

Mimo relatywnie mniejszego znaczenia artykułów rolno-spożywczych w eksporcie Małopolski niż innych województw, istnieją wśród nich grupy towarowe, które są dźwigniami eksportu, ponieważ cechują je wyższe od przeciętnej udziały w krajowej sprzedaży tych artykułów za granicę.

Część z nich to produkty uznanych i wyróżniających się dobrą marką firm, takie jak: wody mineralne i napoje, suchary, sucharki, herbatniki, wyroby ciastkarskie i piekarskie o przedłużonej trwałości, lody, czy kakao, czekolada i wyroby cukiernicze.

Wydaje się jednak (jak już wspomniano), że potencjał województwa w zakresie możliwości eksportowych towarów rolno-spożywczych jest znacznie większy. Kampania promująca te towary musi być bardziej agresywna i podkreślać się w niej powinny unikatowe warunki, w których dobra te są produkowane.

Warto wspomnieć jeszcze o tym, że kilku małopolskim produktom udało się uzyskać, przyznawany przez UE tytuł specjalności regionalnych. Jest to bardzo dobry kierunek promocji eksportu. W sytuacji ogromnie zróżnicowanej oferty artykułów spożywczych, produkty sygnowane tym znakiem stanowią wyróżnik i przyciągają bardziej wymagającą i ekskluzywną klientelę. Zwiększanie eksportu powinno odbywać się nie tylko poprzez forsowny wzrost ilości sprzedawanych towarów, ale również poprzez zwiększanie udziału w eksporcie produktów droższych. Specjalności regionalne mają jeszcze dodatkowy walor: ich produkcja jest zastrzeżona dla określonych regionów, jest zatem niepowtarzalna.

4.4. Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie wybranych produktów, ujawnione przewagi komparatywne

Jak wcześniej wspomniano, udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie w 2008 roku wynosi 6,15%. Udział województwa w ogólnopolskim eksporcie poszczególnych grup towarowych może być jednak wyższy lub niższy, co określa tzw. profil specjalizacji produktowej. Wyniki przeprowadzonych obliczeń zaprezentowano w tabeli A1 w aneksie statystycznym. Analiza danych pozwala na stwierdzenie, że w bardzo dużej liczbie grup towarowych udział Małopolski w eksporcie krajowym jest znaczący, przy zupełnie znikomym znaczeniu tej grupy w eksporcie województwa. Przykładowo udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie kauczuku syntetycznego w formach podstawowych wynosi 70,9%, a w eksporcie województwa grupa ta stanowi tylko 2,1%.

W ośmiu grupach produktów Małopolska dostarcza ponad 50% krajowego eksportu tych artykułów. Obok wspomnianego już kauczuku syntetycznego w formach podstawowych, są to: masa betonowa (94,1%), rudy metali nieżelaznych (z wyłączeniem rud uranu i toru) - 92,9%, wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm (64,7%), opakowania z metali lekkich (58,2%), wyroby ceramiczne ogniotrwałe (56,9%), druty i przewody izolowane (56,0%) oraz maszyny stosowane w metalurgii (55,0%).

Przy analizie obrotów handlowych oblicza się często wskaźniki tzw. ujawnionej przewagi komparatywnej (RCA, *revealed comparative advantage*). Pozwalają one na ocenę, jaka jest przewaga Małopolski (w stosunku do średniej krajowej) w sprzedaży określonych wyrobów. W tabeli A2 w aneksie statystycznym przedstawione zostały produkty, w zakresie których Małopolska posiada ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie. Występują one wówczas, gdy wskaźniki charakteryzujące Małopolskę przyjmują wartość powyżej jedności. W obliczeniach uwzględniono tylko te dobra, których udział w eksporcie województwa przekracza, bądź jest równy 1 procent. Produkty uszeregowane zostały, malejąco, według wartości RCA. Uzyskane wyniki interpretować należy w taki sposób, że np. udział „drutów i przewodów izolowanych” w eksporcie Małopolski jest 9,1

razy wyższy, niż udział tej grupy produktów w eksporcie Polski ogółem.

Największa przewaga Małopolski w stosunku do średniej krajowej ujawnia się w następujących grupach towarowych: rudy metali nieżelaznych (z wyłączeniem rud uranu i toru) - 15,1; kauczuk syntetyczny w formach podstawowych (11,5); opakowania z metali lekkich (9,5); wyroby ceramiczne ogniotrwałe (9,2); druty i przewody izolowane (9,1); aluminium i wyroby z aluminium (6,0); urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych (4,4); wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów (3,5); szkło gospodarcze (3,3); aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza (3,1); maszyny ogólnego przeznaczenia (3,0); kurki i zawory (2,8); suchary i sucharki, herbatniki, wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości (2,5); maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe (2,3); rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali (2,0).

4.5. Saldo obrotów handlowych według produktów

Analizując ujemne saldo bilansu handlowego Małopolski należy zwrócić uwagę na czynniki, które determinują wysoki import. Może być on spowodowany:

- koniecznością zakupu za granicą surowców. Część z nich nie występuje w Polsce, a są niezbędne do prawidłowego funkcjonowania gospodarki (np. ropa naftowa);
- chęcią zakupu dóbr inwestycyjnych, które mogą przyczynić się do modernizacji majątku trwałego. Tego rodzaju import – mimo, że generuje koszty – może spowodować ich obniżenie w przyszłości (np. dzięki nowoczesnej technologii);
- koniecznością zakupu podzespołów i części niezbędnych do produktów wytwarzanych na miejscu;
- poszukiwaniem tańszych – od oferowanych przez krajowe firmy – produktów;
- nabywaniem dóbr, które ze względu na unikatowe warunki wytwarzania nie mogą być produkowane w Polsce (np. wina szampańskie, trufle itd.) lub odzież oraz galanteria markowych, wiodących w świecie domów mody.

Warto o tym rozróżnieniu wspomnieć, ponieważ nie zawsze ujemne saldo bilansu handlowego należy postrzegać jako zjawie-

ska negatywne. Część importu jest konieczna (surowce), część racjonalna (inwestycje w majątek trwałe), część uzasadniona (podzespoły, półfabrykaty)⁶ część dotyczy elitarniej (bardzo zamożnej) grupy odbiorców. Najmniej zatem „korzystny” dla gospodarki i rodzimych producentów jest import, który konkuruje z krajową produkcją za pośrednictwem cen. Problem ten nabiera szczególnego znaczenia dzisiaj, wobec „zalewu” rynków przez tanie produkty chińskie. Stanowi to zresztą problem nie tylko natury ekonomicznej, ale również etycznej, ponieważ – jak wiadomo – źródłem przewagi cenowej chińskich wyrobów są niezgodne, a wręcz urągające przyjętym normom warunki pracy i płacy. Stosowany jest zatem ewidentny dumping socjalny, ale mimo podejmowanych działań, przynajmniej do tej pory, ani Unii Europejskiej, ani USA nie udało się skutecznie przeciwstawić handlowej inwazji Chin.

Jak już wspomniano, Małopolska odnotowuje ujemne saldo wymiany towarowej z zagranicą i w 2008 roku saldo to uległo znacznemu pogłębieniu. Interesujące jest, w jakich grupach produktów odnotowywane jest ujemne (bądź dodatnie) saldo.

W tabeli 9 przedstawiono 30 produktów, w handlu którymi osiągnięta jest największa nadwyżka. Najwyższe saldo dodatnie powstaje w grupie produktowej druty i przewody izolowane (692,6 mln euro). O skali tej nadwyżki świadczy to, że kolejna w rankingu grupa produktowa – pojazdy samochodowe – wypracowuje nadwyżkę ponad dwukrotnie mniejszą, równą 289,6 mln euro. Nadwyżka o wartości ponad 100 mln euro dotyczy także następujących grup produktowych: wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza, opakowania z metali lekkich oraz kauczuk syntetyczny w formach podstawowych.

Między rokiem 2008 a 2007 zaszły zmiany w wysokości salda w grupach produktów. Poważny wzrost dodatniego salda miał miejsce przede wszystkim w grupie towarowej pojazdy samochodowe (wzrost o 303 mln euro). Znaczny spadek dotyczy natomiast grupy towarowej, która w eksporcie Małopolski ma największe znaczenie – druty i przewody izolowane. Mimo, że w 2008 roku dodatnie saldo wynosiło – jak już wspomniano – blisko 0,7 mld euro, to w stosunku do 2007 roku spadło o 170 mln euro. W zakresie pozostałych grup produktów, ze względu na ich mniejsze znaczenie w handlu zagranicznym Małopolski, zmiany wartości salda były niższe. Warto jednak zwrócić uwagę, że w przypadku wielu produktów, dodatnie saldo uległo redukcji. Dotyczy to takich grup jak: rudy metali nieżelaznych z wyłączeniem rud uranu i toru (spadek dodatniego salda o 44,3 mln euro), opakowania z metali lekkich (-41 mln euro), meble pozostałe (-9,7 mln euro).

⁶ Tego typu import może również powstawać w ramach tzw. wymiany wewnątrzgałęziowej, która polega na tym, że różne kraje specjalizują się w produkcji pewnych części, które potem „składane” są w cały produkt. Handel ten zostanie omówiony w dalszej części pracy.

Tabela 9: 30 najważniejszych grup towarowych (PKWiU) w zakresie których województwo małopolskie osiąga dodatnie saldo obrotów handlowych (mln EUR) w 2008 roku

Lp.	Grupa PKWiU	2007	2008	Zmiana
1	Druty i przewody izolowane	864,6	692,6	-172,1
2	Pojazdy samochodowe	-13,2	289,6	302,8
3	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	225,0	231,7	6,7
4	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	108,0	137,9	29,9
5	Opakowania z metali lekkich	176,7	135,9	-40,8
6	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	100,4	126,7	26,3
7	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	83,8	78,4	-5,4
8	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	45,8	64,5	18,7
9	Szkło gospodarcze	63,4	55,8	-7,7
10	Konstrukcje metalowe	46,6	55,7	9,1
11	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	98,0	53,7	-44,3
12	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	56,9	52,1	-4,8
13	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	39,5	48,4	8,9
14	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	42,5	48,1	5,6
15	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	43,9	44,1	0,2
16	Nawozy i związki azotowe	21,8	41,2	19,4
17	Wyroby z gumy	43,3	40,6	-2,7
18	Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	18,8	35,6	16,9
19	Meble pozostałe	44,8	35,0	-9,7
20	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	19,4	30,4	11,0
21	Książki	37,2	29,0	-8,3
22	Kawa i herbata	21,5	25,5	4,0
23	Opakowania drewniane	27,8	25,2	-2,6
24	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	31,7	24,4	-7,3
25	Soki z owoców i warzyw	22,4	22,0	-0,4
26	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	15,7	20,6	4,9
27	Wyroby z drewna pozostałe	21,5	18,1	-3,4
28	Cement	16,1	16,0	-0,1
29	Papierowe artykuły dla gospodarstw domowych, toaletowe i sanitarne	7,7	14,7	7,0
30	Maszyny stosowane w metalurgii	5,1	13,0	7,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W tabeli 10 przedstawiono 30 produktów, w wymianie których w 2008 roku powstał najwyższy deficyt. Podobnie jak w latach wcześniejszych, największy generowany jest w grupie towarów: produkty rafinacji ropy naftowej (-606,1 mln euro). Należy odnotować, że ujemne saldo w obrocie tej grupy produktów w stosunku do roku 2007 wzrosło. Kolejne grupy produktów z ujemnym saldem na poziomie od 220

do 260 mln euro to: żeliwo, stal i żelazostopy, aluminium i wyroby z aluminium, wyroby z miedzi oraz owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe. Saldo „głębsze” niż 100 mln euro dotyczy też następujących grup: chemikalia organiczne podstawowe, nadwozia do pojazdów samochodowych, przyczepy i naczepy, papier i tektura oraz tworzywa sztuczne w formach podstawowych.

Tabela 10: 30 najważniejszych grup towarowych (PKWiU) w zakresie których województwo małopolskie osiąga ujemne saldo obrotów handlowych (mln EUR) w 2008 roku

Lp.	Grupy produktowe PKWiU	2007	2008	Zmiana
1	Produkty rafinacji ropy naftowej	-548,1	-606,1	-57,9
2	Żeliwo, stal i żelazostopy	-278,4	-257,3	21,1
3	Aluminium i wyroby z aluminium	-315,2	-233,5	81,7
4	Wyroby z miedzi	-275,4	-232,1	43,3
5	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	-201,5	-220,5	-18,9
6	Chemikalia organiczne podstawowe	-114,6	-162,6	-48,0
7	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	-29,9	-136,7	-106,8
8	Papier i tektura	-132,1	-128,8	3,3
9	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	-135,1	-104,5	30,7
10	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	-17,7	-87,4	-69,7
11	Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	-63,6	-86,0	-22,4
12	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	166,0	-84,0	-250,0
13	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa	-146,9	-52,1	94,8
14	Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	-47,3	-50,2	-2,9
15	Tkaniny	-56,2	-47,9	8,3
16	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	-35,8	-47,5	-11,7
17	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	-32,8	-44,6	-11,8
18	Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	-36,9	-42,0	-5,1
19	Wyroby chemiczne	-26,7	-41,0	-14,3
20	Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	-22,6	-40,1	-17,5
21	Pompy i sprężarki	-30,7	-39,8	-9,2
22	Lokomotywy kolejowe, tramwaje oraz tabor kolejowy i tramwajowy	-17,8	-39,5	-21,7

23	Maszyny dla górnictwa i budownictwa	-27,8	-38,7	-10,9
24	Narzędzia mechaniczne do obróbki metali	-28,5	-37,2	-8,6
25	Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	-32,2	-35,6	-3,4
26	Farby, lakiery i podobne środki pokrywające, farba drukarska i gotowe sykatywy	-38,1	-35,0	3,1
27	Wyroby z tworzyw sztucznych	-31,4	-32,8	-1,4
28	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	-28,6	-27,8	0,7
29	Urządzenia dźwigowe i chwytaaki	-23,6	-24,7	-1,1
30	Maszyny i urządzenia do przetwórstwa żywności, produkcji napojów i przetwórstwa tytoniu	-26,7	-23,7	3,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Rekapitulacja

W porównaniu z innymi województwami, w eksporcie Małopolski relatywnie małe znaczenie odgrywają produkty wysokich technologii. Podstawę sprzedaży eksportowej stanowią jednak wyroby zaliczane według OECD do tzw. średnio-wysokich technologii lub według klasyfikacji WIFO1 do podstawowych gałęzi przemysłu. W porównaniu do roku poprzedniego, rok 2008 przyniósł wyraźny wzrost znaczenia pojazdów samochodowych w eksporcie. Skutkiem tego jest wzrost udziału dóbr high-tech według klasyfikacji WIFO1 oraz produktów średnio-wysokich technologii w eksporcie, co zasługuje na uwagę i świadczy o korzystnej ewolucji struktury eksportu.

Najważniejszą grupą towarową w eksporcie województwa są druty i przewody izolowane, których udział w eksporcie w 2008 roku wynosił 11,3%. Druga w kolejności grupa produktowa to pojazdy samochodowe. Jak już wspomniano, ich eksport dynamicznie wzrósł. Ważne w eksporcie są też części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników.

Na tle pozostałych województw eksport Małopolski cechuje niski stopień koncentracji produktowej. Na pięć najważniejszych produktów przypada 35% całości eksportu.

Analiza salda obrotów handlowych województwa wskazuje, że najpoważniejsza nadwyżka wartości eksportu nad importem powstaje w wymianie grupy towarowej: druty i przewody izolowane, co stanowi potwierdzenie, że jest to „hit eksportowy” województwa. Kolejne ważne grupy produktów z wysokim dodatnim saldem to: pojazdy samochodowe; wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów; aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza; opakowania z metali lekkich oraz kauczuk syntetyczny w formach podstawowych. Największy deficyt powstaje w handlu produktami rafinacji ropy naftowej.

Mimo zachodzących przemian strukturalnych w polskiej gospodarce, artykuły rolne i spożywcze pozostają ważnymi polskimi produktami eksportowymi – stały się one prawdziwym hitem eksportowym dla wielu firm po wejściu Polski do UE. Udział województwa małopolskiego w ogólnopolskim eksporcie tych artykułów wynosi 4,8%. Dla Małopolski jednak znaczenie eksportu produktów rolno-spożywczych nie jest wysokie. Stanowią one bowiem tylko 8% całości eksportu. Są to przede wszystkim: mięso świeże i zakonserwowane; suchary i sucharki, herbatniki; owoce i warzywa; kawa i herbata; wody mineralne i napoje bezalkoholowe; soki z owoców i warzyw.

5. Struktura geograficzna eksportu

5.1. Wartość oraz struktura eksportu na rynki wybranych grup krajów

W latach 2000-2008 województwo małopolskie zwiększało sprzedaż na wszystkie rynki. Najpoważniejszym odbiorcą eksportu województwa są kraje UE, następnie nowe kraje członkowskie UE oraz tzw. pozostałe kraje.

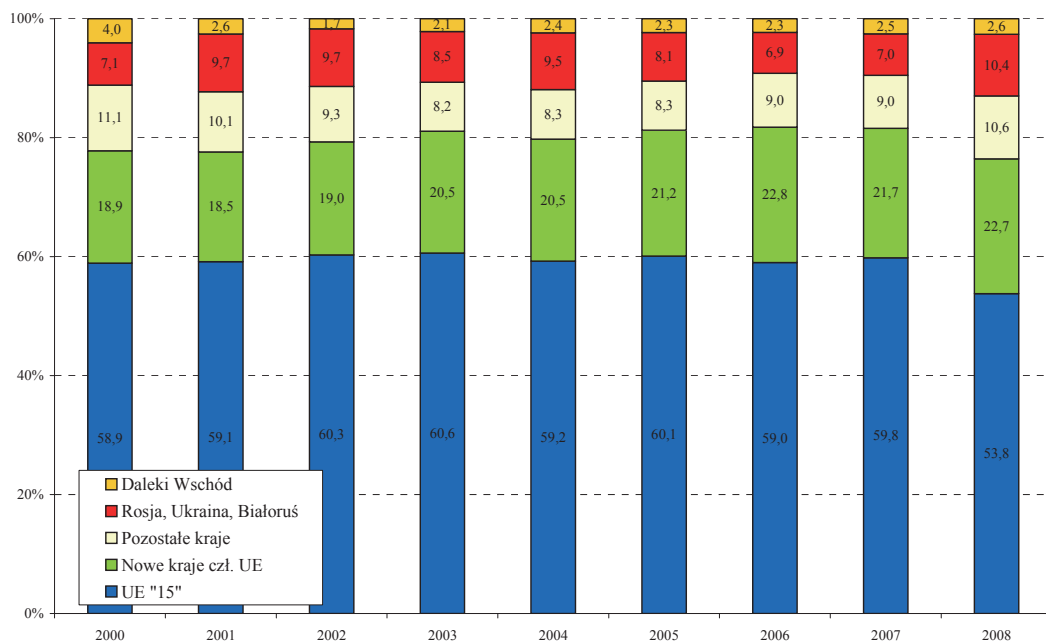
Tabela 11: Wartość eksportu województwa małopolskiego w podziale na grupy krajów w latach 2000-2008 (mln EUR)

	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Daleki Wschód	65,6	55,9	70,0	91,9	118,2	150,7	165,0
Rosja, Ukraina, Białoruś	115,9	224,3	281,9	320,7	355,3	416,5	662,7
Pozostałe kraje	179,8	215,9	246,5	325,5	465,6	535,2	676,5
Nowe kraje czł. UE	307,2	537,7	606,6	834,1	1 174,8	1 299,4	1 445,6
UE "15"	958,5	1 590,1	1 751,5	2 367,6	3 041,4	3 576,4	3 431,5
Ogółem	1 627,0	2 624,0	2 956,4	3 939,7	5 155,3	5 978,2	6 381,4

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W latach 2000-2007 udział krajów UE15 w eksporcie województwa praktycznie nie zmienił się (oscylował na poziomie 59-60%), obniżył się natomiast o 6 pkt. proc. w roku 2008. W 2008 roku w porównaniu z 2000 wzrósł udział nowych krajów członkowskich UE: z 18,9% do 22,7%. Na niezmiennym poziomie utrzymał się udział „pozostałych krajów”. Daleki Wschód ma w eksporcie Małopolski znaczenie marginalne (2,6% w 2008 roku).

Struktura eksportu województwa jest raczej stabilna, jednak 2008 – rok początku światowego kryzysu ekonomicznego – przyniósł zmiany w postaci przede wszystkim: spadku udziału „starych” krajów członkowskich UE oraz wzrostu udziału Rosji, Ukrainy i Białorusi, a także nieznaczny wzrost znaczenia (i tak już dużego) nowych krajów członkowskich.

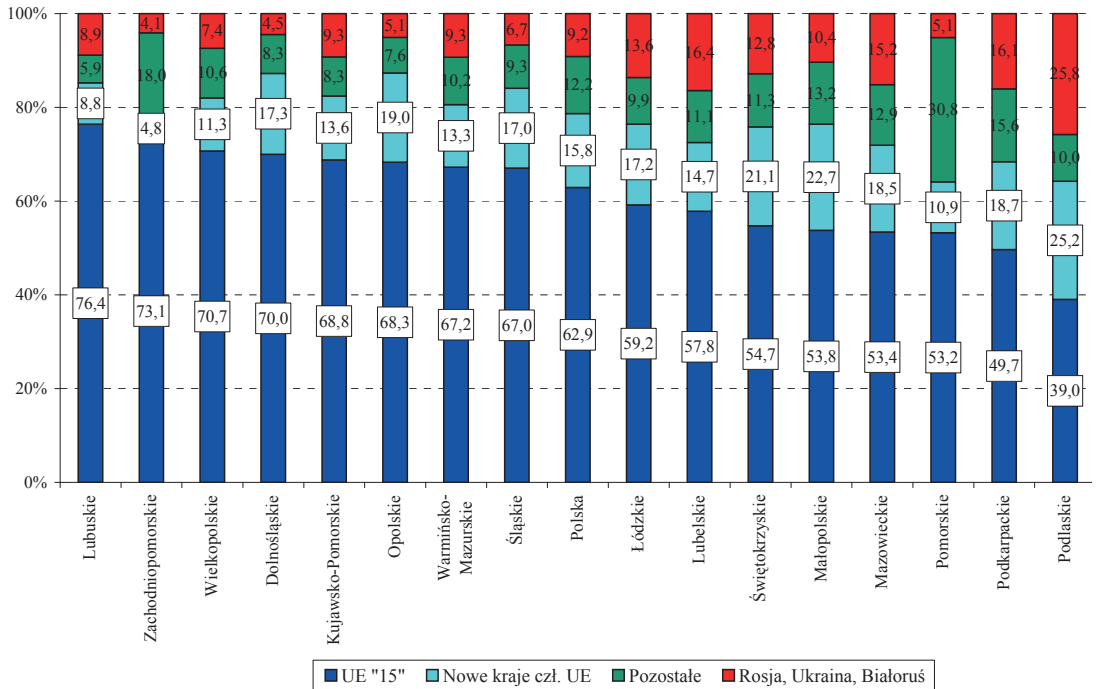


Wykres 22: Struktura eksportu województwa małopolskiego w podziale na grupy krajów w latach 2000-2008(%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Interesujące jest porównanie struktury eksportu (według krajów) Małopolski z innymi regionami. Województwo charakteryzuje się relatywnie wysokim udziałem nowych krajów członkowskich UE w eksporcie ogółem. Na państwa te przypada 22,7% eksportu (większe znaczenie ma ten obszar jedynie w eksporcie województwa podlaskiego (25,2%).

Sprzyja temu zapewne położenie Małopolski, w sensie geograficznym, najbliższe temu regionowi Europy. Zwrócić należy uwagę na stosunkowo małe znaczenie Rosji, Ukrainy i Białorusi w eksporcie Małopolski (10,4%), które jednak w porównaniu z rokiem 2007 wzrosło.



Wykres 23: Struktura eksportu według grup krajów w 2008 roku (%). Porównanie Małopolski do innych województw

Objaśnienia: Kategoria „pozostałe” obejmuje też kraje Dalekiego Wschodu. Nie zostały one wyodrębnione na wykresie ze względu na niewielką rolę, jaką odgrywają w eksporcie województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

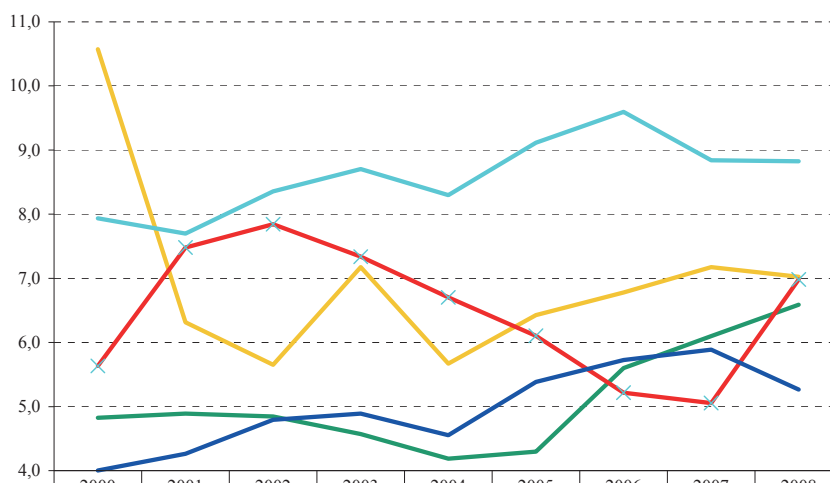
Udział województwa małopolskiego w eksporcie Polski na rynki różnych krajów jest zróżnicowany (na wykresie 24 przedstawiony jest udział województwa w eksporcie całego kraju na wybrane rynki). Analiza danych wskazuje, że rok 2004 dla małopolskiego eksportu stanowił szczególną cezurą czasową, w której nastąpiło obniżenie udziałów sprzedaży we wszystkich kierunkach. Rok ten stanowi jednocześnie „punkt odbicia”, po którym udziały zaczynają ponownie wzrastać. Jedynym wyjątkiem jest kierunek: Rosja, Ukraina i Białoruś, gdzie konsekwentnie od 2002 do 2007 roku obserwowany jest regres. Mimo, że przyczyny tego procesu są znane i zostały już przedstawione, to jednak należy pamiętać, że inne województwa radzą sobie z tą niekorzystną sytuacją relatywnie lepiej, o czym

świadczą wyższe udziały w ich eksporcie do tych krajów.

Kolejny zwrot sytuacji nastąpił w roku 2008, kiedy to:

- stagnacji uległ udział Małopolski w krajowym eksporcie do nowych krajów członkowskich, mimo że udział tych krajów w eksporcie województwa nieznacznie wzrósł,
- zmalał udział województwa w eksporcie Polski ogółem na Daleki Wschód (wahania udziałów świadczą o tym, że jest to partner mniej stabilny w porównaniu do innych kontrahentów), a także do krajów UE15,
- silnemu wzrostowi uległ udział regionu w krajowym eksporcie do Rosji, Ukrainy i Białorusi.

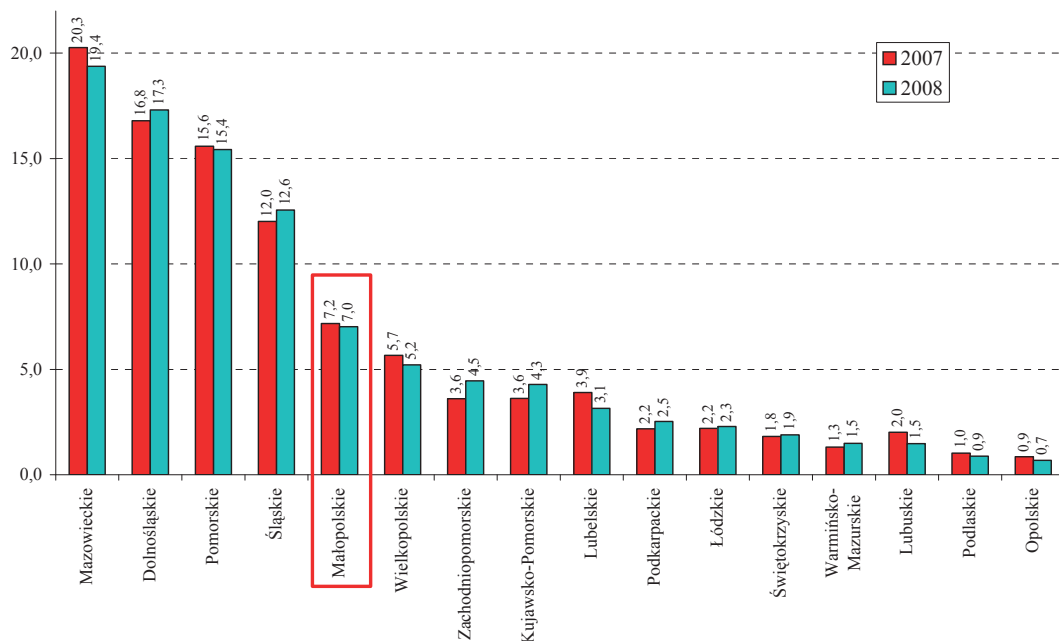
Od 2005 roku wzrasta udział województwa w krajowym eksporcie do „pozostałych krajów”.



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Daleki Wschód	10,6	6,3	5,6	7,2	5,7	6,4	6,8	7,2	7,0
Nowe kraje członkowskie UE	7,9	7,7	8,4	8,7	8,3	9,1	9,6	8,8	8,8
Pozostałe kraje	4,8	4,9	4,8	4,6	4,2	4,3	5,6	6,1	6,6
Rosja, Ukraina, Białoruś	5,6	7,5	7,8	7,3	6,7	6,1	5,2	5,1	7,0
UE "15"	4,0	4,3	4,8	4,9	4,6	5,4	5,7	5,9	5,3

Wykres 24: Udział Małopolski w eksporcie Polski na wybrane rynki w latach 2000-2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

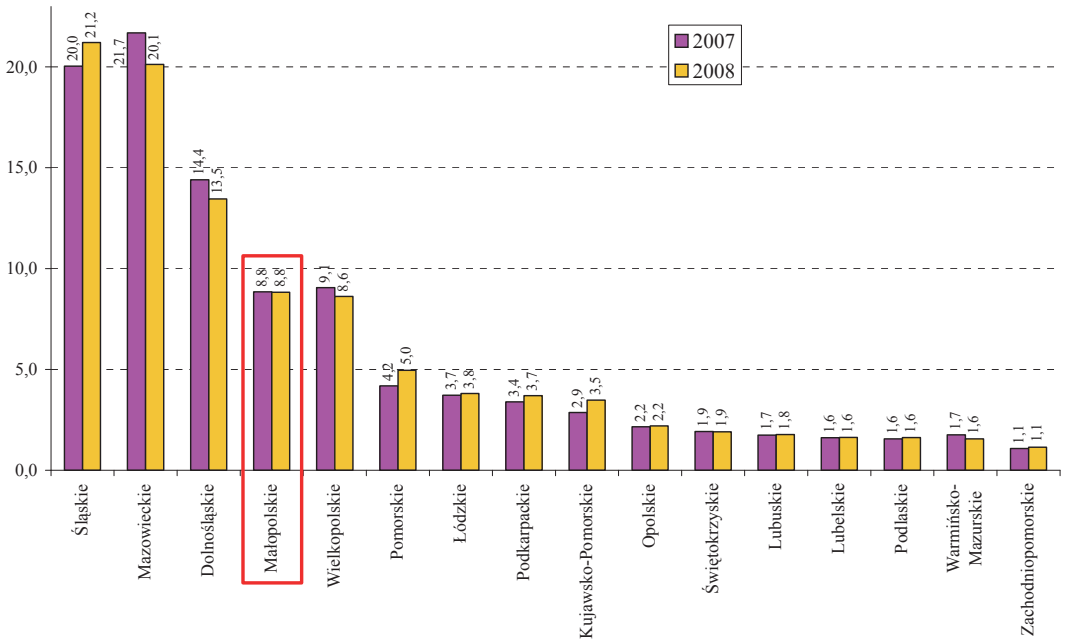


Wykres 25: Udział województw w eksporcie Polski na rynki krajów Dalekiego Wschodu w roku 2007 i 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jak przedstawiono na wykresie 25, udział województw w eksporcie Polski na rynki krajów Dalekiego Wschodu waha się od 0,7% dla Opolskiego do 19,4% na Ma-

zowszu. Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie na rynki Dalekiego Wschodu wynosi 7,0% - czyli jest większy niż udział województwa w eksporcie Polski ogółem.

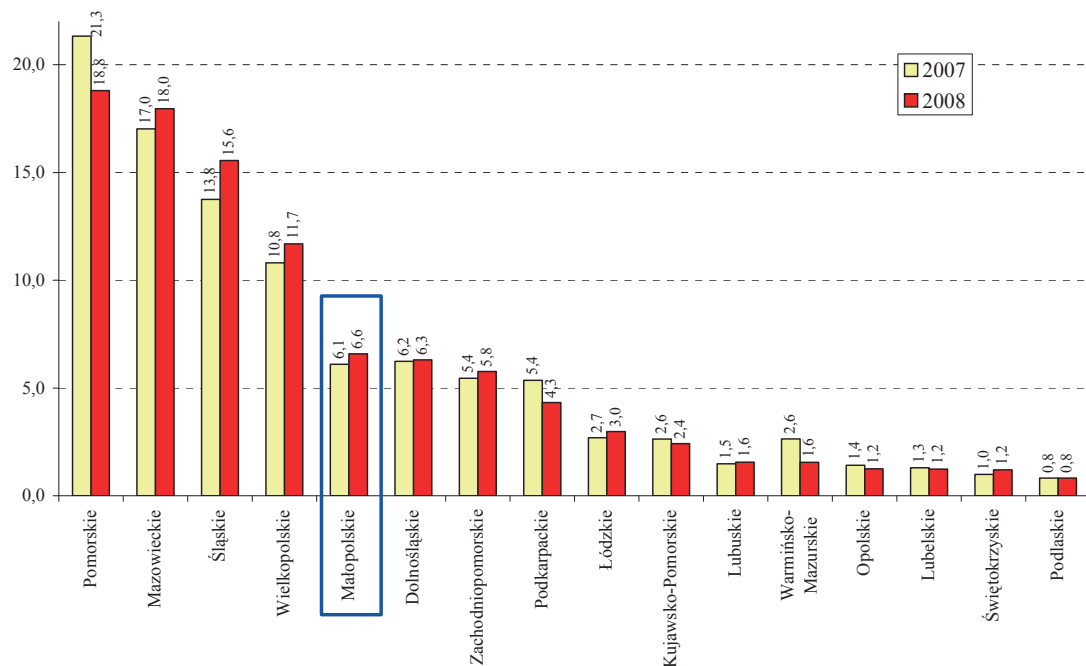


Wykres 26: Udział województw w eksporcie Polski na rynki nowych krajów członkowskich UE w roku 2007 i 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Trzy województwa: Śląskie, Mazowieckie oraz Dolnośląskie charakteryzują się wyższym – od Małopolski – udziałem w ogólnopolskiej sprzedaży na rynki nowych krajów członkowskich. Jak wykazano wcześniej, jest to bardzo ważny kierunek ekspansji dla województwa i sądząc po dotychczasowych wynikach, rola tych krajów jako importerów małopolskich produktów będzie wzrastać. W porównaniu z rokiem poprzednim, pozycja Małopolski poprawiła się o jedno miej-

sce, mimo, że udział regionu w krajowej sprzedaży do nowych krajów członkowskich UE – jak już wspomniano – uległ stagnacji. Na wykresie 27 przedstawiono udziały województw w eksporcie Polski na rynki pozostałych krajów. W eksporcie tym liderami są: Pomorskie, Mazowieckie, Śląsk oraz Wielkopolska. Małopolska zajmuje 5. pozycję, przy czym – jej udział w eksporcie Polski do tej grupy krajów - wzrósł w porównaniu z rokiem 2007.

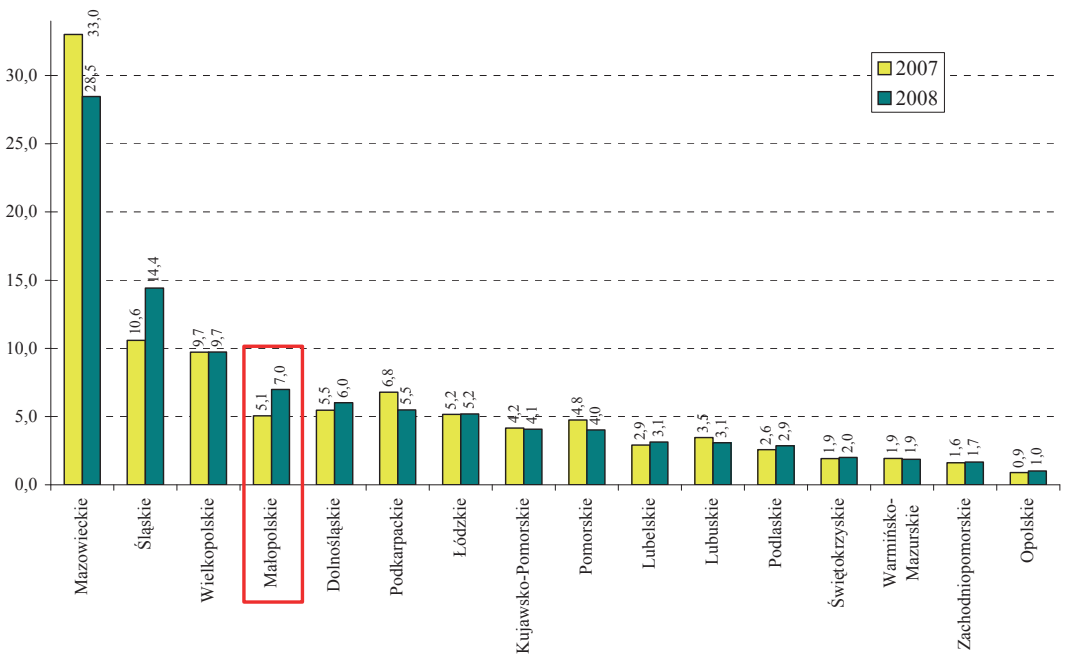


Wykres 27: Udział województw w eksporcie Polski na rynki pozostałych krajów w roku 2007 i 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na kolejnym wykresie przedstawiono udział województw w krajowym eksporcie na rynki Rosji, Ukrainy i Białorusi. Jak widać, znaczącą przewagę nad pozostałymi regionami posiada w tym zakresie Mazowsze, którego udział w ogólnopolskiej sprzedaży do tych krajów stanowi aż 28,5%. Wiadomo, że eksport nie tylko musi odpowiadać popytowi odbiorców, ale jest też odzwierciedleniem struktury produkcji regionu. Nie wydaje się

jednak, aby źródłem tak znacznej przewagi Mazowsza był dalece różniący się od innych województw profil produkcji. Zatem jeszcze raz należy to podkreślić – kierunek: Rosja, Ukraina, Białoruś, lub – wobec obiektywnych przeszkód – Ukraina i Białoruś – powinien wzbudzać większe zainteresowanie małopolskich eksporterów. Udział Małopolski w eksporcie Polski do tych krajów wzrósł z 5,1% w roku 2007 do 7,0% w roku 2008.

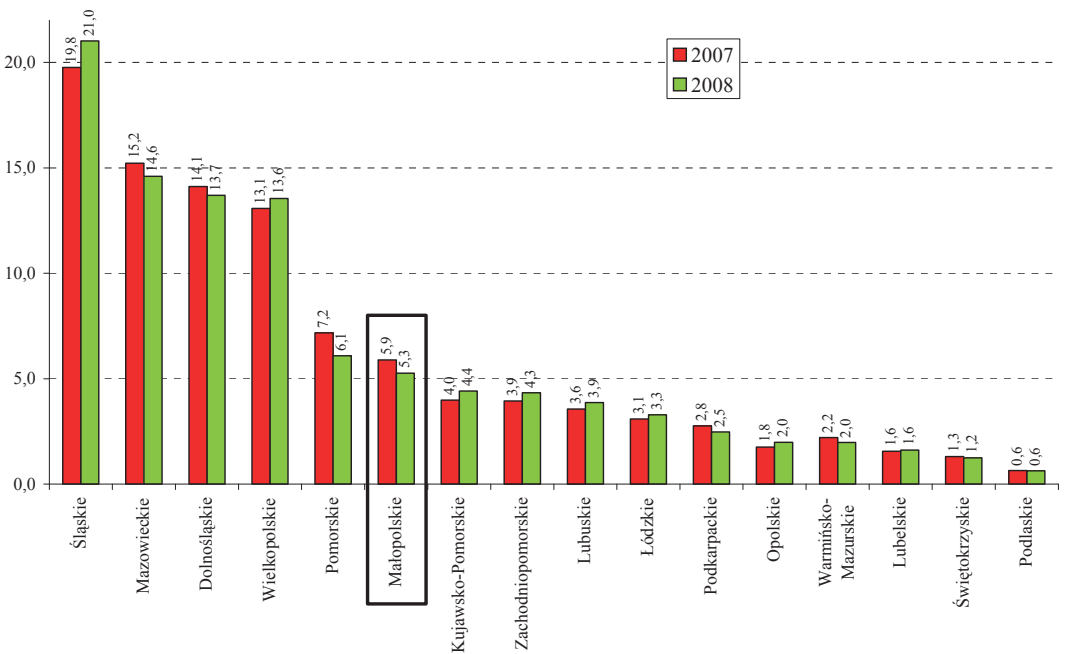


Wykres 28: Udział województw w eksporcie Polski na rynki Rosji, Ukrainy i Białorusi w roku 2007 i 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W rankingu województw sporządzonym według ich „wkładu” do eksportu Polski na rynek krajów UE15 Małopolska zajmuje 6.

pozycję. Udział województwa w eksporcie Polski do tej grupy krajów (5,3%) jest zatem mniejszy niż w eksporcie Polski ogółem.



Wykres 29: Udział województw w eksporcie Polski do UE15 w roku 2007 i 2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

5.2. Koncentracja geograficzna eksportu

Koncentracja geograficzna eksportu wskazuje, jaka część regionalnego eksportu trafia na rynki 5, 10, 15 i 20 krajów. W 2008 roku współczynnik ten dla województwa ma-

łopolskiego był relatywnie niski. Do pięciu najpoważniejszych partnerów handlowych trafiało 48,6% eksportu województwa. Odnotować należy, że koncentracja ta w latach 2000-2008 ulegała nieznacznemu zmniejszeniu: z 51,5% w 2000 do 49,7% w 2007 roku, i 48,6% w roku 2008.

Tabela 12: Koncentracja eksportu Małopolski według krajów w latach 2000-2008

Wskaźnik koncentracji*	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
5 krajów	51,4	51,6	51,5	50,6	50,1	50,6	50,9	49,7	48,6
10 krajów	68,0	69,3	70,0	70,3	70,1	69,5	68,4	67,2	67,3
15 krajów	80,6	83,4	83,7	82,9	82,4	82,4	81,1	79,8	79,4
20 krajów	87,2	89,6	89,9	89,8	89,3	89,4	88,6	87,7	86,5
Liczba krajów w eksporcie woj.	146	153	165	162	162	155	161	162	155

* – wskaźnik koncentracji obliczony został jako suma udziałów pierwszych 5, 10, 15 oraz 20 krajów w eksporcie województwa ogółem, dla poszczególnych lat

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Koncentracja eksportu – w sensie geograficznym – przynosi pewne korzyści. Polegają one na lepszej znajomości rynków i ich specyfiki, co w znacznym stopniu ułatwia sprzedaż. Koncentracja ta sprzyja też spadkowi kosztów (dzięki specjalizacji) oraz nakładów na zawarcie transakcji i transport. Nie sposób jednak nie wspomnieć o jej potencjalnie negatywnym efekcie: gwałtowny spadek popytu u jednego (dwóch) odbiorców może oznaczać załamanie produkcji regionalnej kierowanej na rynki zagraniczne. W kontekście analizy dotyczącej koncentracji

eksportowej warto odnotować, że produkty małopolskich firm w 2008 roku trafiały do 155 krajów oraz terytoriów (w 2007 roku do 162). Wartość sprzedaży na niektóre mało popularne rynki była bardzo niewielka, ale samo „wejście” na nie jest zjawiskiem pozytywnym, ponieważ oznacza stworzenie pewnego „przyczółku” i tworzy dobry punkt wyjścia do rozwoju kontaktów handlowych. Tak znaczna liczba krajów, z którymi odbywa się wymiana świadczy też o aktywności firm i ich zdolności do nawiązywania współpracy.

Tabela 13: Koncentracja eksportu według krajów w roku 2008, porównanie Małopolski i innych województw

	Udział najważniejszych			
	5 krajów	10 krajów	15 krajów	20 krajów
Mazowieckie	43,0	64,4	76,0	84,2
Świętokrzyskie	45,7	67,3	80,5	87,6
Łódzkie	48,1	68,2	80,7	89,3
Pomorskie	48,3	66,0	76,5	84,4
Małopolskie	48,6	67,3	79,4	86,5
Podkarpackie	50,5	71,1	82,8	89,1
Lubelskie	51,7	71,8	83,8	89,9
Warmińsko-Mazurskie	52,5	71,1	81,8	88,5

Kujawsko-Pomorskie	53,8	71,6	83,4	90,5
Podlaskie	55,3	73,1	83,9	90,1
Wielkopolskie	56,9	71,9	81,6	88,0
Śląskie	57,9	75,4	85,2	90,2
Zachodniopomorskie	58,2	77,2	84,4	89,3
Dolnośląskie	65,4	79,5	88,7	92,6
Opolskie	65,8	77,9	86,7	92,9
Lubuskie	67,7	79,9	88,3	93,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analiza koncentracji geograficznej eksportu nabiera właściwych proporcji, gdy skonfrontujemy ją z analogicznym wskaźnikiem dla innych polskich regionów. Z punktu widzenia kształtowania się wskaźnika koncentracji geograficznej eksportu do pięciu najważniejszych odbiorców, województwo małopolskie zajmuje 5. miejsce w kraju – koncentracja eksportu jest zatem, jak na warunki polskie, relatywnie niska. Najbardziej skoncentrowana jest sprzedaż Lubuskiego (67,7%). Pozycja Małopolski – w porównaniu z rankingiem dla 2007 uległa zmianie – przesunięcie o jedną pozycję (z czwartej na piątą).

Oceniając handel z wieloma partnerami handlowymi jako zjawisko pozytywne, należy wspomnieć, że znaczna dywersyfikacja rynków przeciwdziała wystąpieniu w regionie skumulowanych, negatywnych skutków spadku koniunktury czy wprowadzenia restrykcji na rynku jednego lub kilku bardzo znaczących importerów.

5.3. Koncentracja produktowo-geograficzna

Interesujące są wyniki analizy koncentracji produktowo-geograficznej eksportu. W tabeli 14 zaprezentowano wyniki obliczeń dotyczące tej koncentracji w roku 2008. Wyszczególnione zostały tylko te produkty (PKWIU), których udział w eksporcie województwa jest równy lub większy 1%, czyli wahania w wartości ich sprzedaży na rynki zagraniczne mogą mieć potencjalny wpływ na gospodarkę województwa. Dla każdej z grup towarowych podano liczbę krajów, do których eksport jest kierowany. Obliczono także, jaka część eksportu przypada

na pierwsze najważniejsze 3, 6, 9 oraz 12 krajów. Przedstawienie danych w tym układzie nawiązuje do koncepcji dywersyfikacji bazy eksportowej. Zgodnie z tą teorią, im bardziej zróżnicowana jest baza odbiorców, tym szok gospodarczy w postaci np. załamania koniunktury na rynku jednego kraju w mniejszym stopniu wpływa na eksport całej branży. Produkty w tabeli uszeregowane zostały według udziału w eksporcie województwa w 2008 roku.

Analiza struktury geograficzno-produktowej wskazuje, że liczba odbiorców poszczególnych produktów jest dość zróżnicowana. Do największej liczby partnerów handlowych (91 krajów) trafiają maszyny ogólnego przeznaczenia, do 77 wyroby z gumy, do 75 druty i przewody izolowane – czyli najważniejszy produkt eksportowy Małopolski, ale też aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza oraz silniki elektryczne, prądnice i transformatory.

Wskaźniki produktowej koncentracji geograficznej są dość wysokie w przypadku niektórych produktów. Trzy kraje kupują 87% całości eksportu sucharów, sucharków, herbatników i wyrobów piekarskich i ciastkarskich o przedłużonej trwałości; 72,6% mięsa świeżego i zakonserwowanego (bez drobiu i królików), 67% silników elektrycznych, prądnic i transformatorów, 64% eksportu aparatury elektrycznej rozdzielczej i sterowniczej, a także tworzyw sztucznych w formach podstawowych. Wskaźniki te należy porównać do udziałów w całości produkcji eksportowej województwa, ponieważ dopiero konfrontacja tych mierników wskazuje na skalę zagrożenia potencjalnym załamaniem eksportu.

Tabela 14: Koncentracja eksportu Małopolski w roku 2008, według produktów oraz krajów

	Do ilu krajów trafia eksport	Udział najważniejszych				Udział w całości eksportu (%)
		3	6	9	12	
		krajów				
Druty i przewody izolowane	75	62,3	74,7	82,5	87,6	11,3
Pojazdy samochodowe	48	55,9	75,3	86,3	93,2	9,5
Części i akcesoria do poj. sam. i ich silników	67	57,3	80,9	89,1	92,8	5,1
Aluminium i wyroby z aluminium	47	61,2	80,8	89,0	93,4	4,9
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	60	51,6	75,1	87,7	95,4	4,3
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	75	64,2	82,8	90,8	94,8	3,5
Żeliwo, stal i żelazostopy	54	46,7	72,2	80,2	86,7	3,0
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne (bez przeznaczonych dla gospodarstw domowych)	68	56,4	72,1	80,7	86,8	2,5
Opakowania z metali lekkich	52	43,5	64,1	75,3	84,8	2,5
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	44	44,4	59,7	71,2	80,5	2,1
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	50	64,4	79,2	86,2	91,5	1,8
Maszyny ogólnego przeznaczenia	91	45,8	70,6	86,4	91,6	1,8
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	75	67,6	80,8	88,4	92,8	1,7
Chemikalia organiczne podstawowe	37	52,2	82,6	90,7	94,1	1,7
Produkty rafinacji ropy naftowej	39	57,2	71,4	80,8	88,4	1,7
Kurki i zawory	67	47,1	65,0	79,0	88,3	1,6
Wyroby metalowe gotowe	71	61,4	73,3	82,8	90,2	1,5
Wyroby z gumy	77	51,3	79,9	92,9	96,6	1,5
Maszyny specjalnego przeznaczenia	59	58,4	75,5	85,1	91,4	1,4
Wyroby ceramiczne ogniotrwale	65	46,7	70,0	78,8	84,8	1,4
Konstrukcje metalowe	50	49,3	65,2	77,3	85,8	1,3
Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	28	72,6	94,2	97,7	98,8	1,1
Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	38	86,6	90,5	93,5	95,7	1,0
Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	54	47,7	73,2	84,7	92,2	1,0
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	37	53,6	70,0	80,3	86,5	1,0
Szkło gospodarcze	72	53,1	75,3	84,6	89,3	1,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

5.4. Najważniejsze kraje w eksporcie Małopolski

W tabeli 15 przedstawiono najważniejszych 20 odbiorców małopolskich towarów w latach 2000, 2007 i 2008. Konsekwentnie od lat najważniejszym odbiorcą eksportu województwa małopolskiego są Niemcy. Eksport Małopolski na ten rynek zwiększył się z 494 mln euro w 2000 roku do 1493,6 mln euro w 2008 roku. Rok 2008, względem roku poprzedniego, przyniósł jednak spadek wartości sprzedaży na ten rynek. Od lat obserwujemy spadek udziału Niemiec w eksporcie Małopolski; w 2000 roku udział ten wynosił 30,4%, a w 2007 roku 25,6%, w 2008 spadł do 23,4%. Drugą pozycję na

liście zajmują Czechy (6,8%), kolejne zajmują: Francja (6,3%), Rosja (6,2%), Wielka Brytania (5,8%). Udział żadnego z pozostałych krajów nie przekracza 5%. Zwrócić należy uwagę na wciąż silną pozycję „lidera” jakim są Niemcy – mimo wspomnianego już spadku udziału tego kraju w eksporcie Małopolski. Różnica między wartością eksportu na rynek tego kraju, a drugimi na liście Czechami wynosi ponad 1 mld euro. Na liście najważniejszych krajów w eksporcie województwa znajdują się nie tylko kraje tzw. starej UE, ale też nowe kraje członkowskie (Czechy, Słowacja, Rumunia, Węgry, Litwa i Bułgaria), z którymi firmy regionu tworzą coraz silniejsze powiązania handlowe.

Tabela 15: Lista 20 najważniejszych krajów-partnerów w eksporcie województwa małopolskiego w latach 2000, 2007, 2008

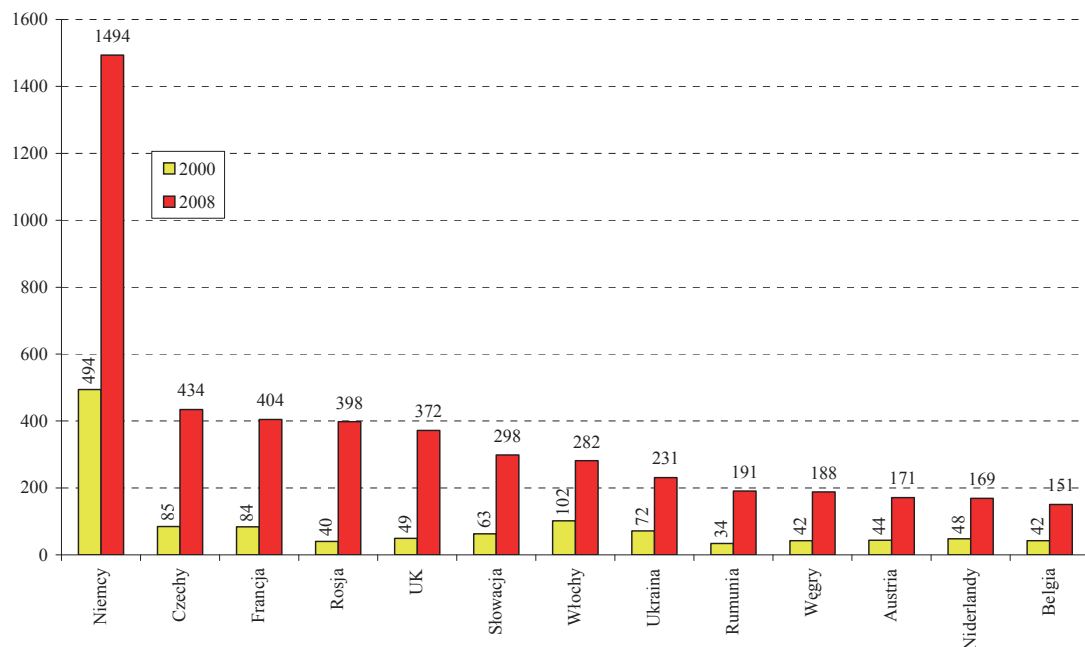
	2000			2007			2008		
	Kraj	mln EUR	%	Kraj	mln EUR	%	Kraj	mln EUR	%
	Ogółem	1 627,0	100,0	Ogółem	5 978,2	100	Ogółem	6 381,4	100,0
1	Niemcy	494,0	30,4	Niemcy	1 533,1	25,6	Niemcy	1 493,6	23,4
2	Włochy	101,8	6,3	W. Brytania	425,0	7,1	Czechy	434,4	6,8
3	Czechy	84,6	5,2	Francja	409,4	6,8	Francja	404,3	6,3
4	Francja	83,7	5,1	Czechy	343,8	5,8	Rosja	397,9	6,2
5	Ukraina	71,7	4,4	Włochy	257,1	4,3	W. Brytania	371,9	5,8
6	USA	66,5	4,1	Węgry	239,1	4,0	Słowacja	298,3	4,7
7	Słowacja	63,3	3,9	Słowacja	235,3	3,9	Włochy	281,6	4,4
8	W. Brytania	49,2	3,0	Ukraina	207,8	3,5	Ukraina	231,2	3,6
9	Niderlandy	47,9	2,9	Rosja	188,2	3,1	Rumunia	191,0	3,0
10	Litwa	44,0	2,7	Belgia	178,5	3,0	Węgry	188,1	2,9
11	Austria	43,7	2,7	Austria	173,0	2,9	Austria	171,4	2,7
12	Belgia	42,3	2,6	Szwecja	162,9	2,7	Niderlandy	169,0	2,6
13	Węgry	42,3	2,6	Litwa	147,2	2,5	Belgia	150,6	2,4
14	Rosja	40,4	2,5	Niderlandy	135,7	2,3	Litwa	144,8	2,3
15	Dania	36,3	2,2	USA	131,8	2,2	Szwecja	140,8	2,2
16	Rumunia	34,5	2,1	Rumunia	130,0	2,2	USA	124,2	1,9
17	Szwecja	25,6	1,6	Hiszpania	106,9	1,8	Zjednoczone Emir. Arab.	106,3	1,7
18	Hiszpania	16,5	1,0	Dania	87,0	1,5	Hiszpania	86,2	1,4
19	Słowenia	16,2	1,0	Chiny	79,7	1,3	Bułgaria	69,5	1,1
20	Tajwan	13,6	0,8	Bułgaria	71,6	1,2	Dania	67,8	1,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W roku 2007 w porównaniu do 2006, eksport zmalał tylko w relacji z Węgrami (uwzględniając 20 największych rynków zbytu). W roku 2008 sytuacja była znacznie bardziej złożona. Wartość eksportu do 12 krajów uległa obniżeniu, do 8 wzrosła. Poważna obniżka wartości eksportu dotyczyła: Wielkiej Brytanii (- 53 mln euro), Węgier (- 51 mln euro), Niemiec (-40 mln euro),

a także Belgii, Szwecji, Hiszpanii oraz Danii. Z drugiej strony, eksport znacznie wzrósł do: Rosji (o 210 mln euro), Czech (91 mln euro), Słowacji (63 mln euro), Rumunii (61 mln euro), a także do Zjednoczonych Emiratów Arabskich.

Na wykresie 30 przedstawiono wartość eksportu Małopolski do najważniejszych partnerów handlowych.



Wykres 30: Wartość eksportu Małopolski do najważniejszych krajów-partnerów handlowych w roku 2000 oraz 2008 (mln EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jak wynika z analizy wielkości obrotów, dynamiczny wzrost obrotów eksportowych odnotowano dla wszystkich dziesięciu najważniejszych odbiorców małopolskich produktów w latach 2000-2008. Zwraca uwagę fakt, że wśród największych importerów są tylko dwa kraje spoza Unii Europejskiej, a mianowicie: Ukraina i Rosja, oraz na to, że 5 krajów to tzw. nowi członkowie UE.

5.5. Struktura produktowa eksportu na rynki wybranych krajów

Struktura produktowa eksportu różni się w relacjach z poszczególnymi krajami. W tabeli A3 w aneksie statystycznym zaprezentowane zostały najważniejsze produkty w eksporcie do 10 krajów, które są głównymi

odbiorcami eksportu Małopolski. Analiza danych prowadzi do wniosku, że eksport na rynek każdego z krajów posiada swoją specyfikę. Np. w sprzedaży do Niemiec, najważniejszą grupą są druty i przewody izolowane. Jest to też najważniejsza pozycja w eksporcie do Wielkiej Brytanii i Węgier. Dodać należy, że eksport do Wielkiej Brytanii charakteryzuje się bardzo wysokim stopniem koncentracji. Blisko 37,9% sprzedaży przypada właśnie na druty i przewody izolowane.

Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza jest główną pozycją w eksporcie do Francji oraz Włoch. W eksporcie do Rosji, Czech oraz Rumunii pierwszą pozycję zajmują pojazdy samochodowe. Nie jest naszym zamiarem szczegółowe opisywanie struktury eksportu do poszczególnych kra-

jów. Należy stwierdzić, że struktura ta jest pochodną takich czynników jak: charakter popytu determinowany strukturą przemysłu w importującym kraju, pozycja konkurencyjna oferowanych przez eksportera produktów (pośród innych dostawców), powiązania kooperacyjne w ramach firm wielonarodowych, charakter oraz skuteczność strategii eksporterów, znajomość rynków zbytu czy też przebieg koniunktury na światowych rynkach, który determinuje popyt na eksportowane przez małopolskie firmy półprodukty.

5.6. Ocena zbieżności popytu na import UE z ofertą eksportową Małopolski

Ocena zbieżności popytu na import UE z podażą eksportową, oferowaną przez przedsiębiorstwa Małopolski jest niezwykle trudna do przeprowadzenia. Podstawowym problemem są kwestie metodologiczne oraz dostęp do danych statystycznych. Aby ocena taka była w pełni zadowalająca, należałoby dysponować statystykami importu dla 26 krajów członkowskich UE do których kierowany jest eksport według identycznej klasyfikacji, jaką dysponujemy dla województw Polski. Ponadto pojawia się wątpliwość natury metodologicznej dotycząca struktury importu UE, specyficznej dla konkretnych kierunków geograficznych. Inna jest struktura importu UE z Chin, inna z USA itp. Kraje eksportujące do UE mają specyficzną, unikatową strukturę przewag komparatywnych. Na przykład trudno porównywać import UE z Rosji (zasadniczo eksportującej do UE surowce), z importem np. z Japonii, której eksport opiera się na produktach bardziej przetworzonych. Podobne zastrzeżenia dotyczą analizy dotyczącej regionów. Przykładowo, Małopolska – z oczywistych względów – nie jest w stanie eksportować dużo ropy naftowej, gdyż nie na tym opierają się przewagi komparatywne regionu. Województwo

pomorskie natomiast nie jest w stanie eksportować drutów i przewodów izolowanych – gdyż akurat ta grupa produktowa stanowi o konkurencyjności Małopolski.

W oparciu o dane dotyczące eksportu Polski według województw w roku 2008 dokonano oceny, na ile struktura eksportu województwa małopolskiego jest zbieżna z tym, co UE importuje z Polski. Jako miara podobieństwa struktury został wykorzystany współczynnik dywergencji Clarka:

$$d = \sqrt{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left(\frac{f_i^1 - f_i^0}{f_i^1 + f_i^0} \right)^2}$$

gdzie:

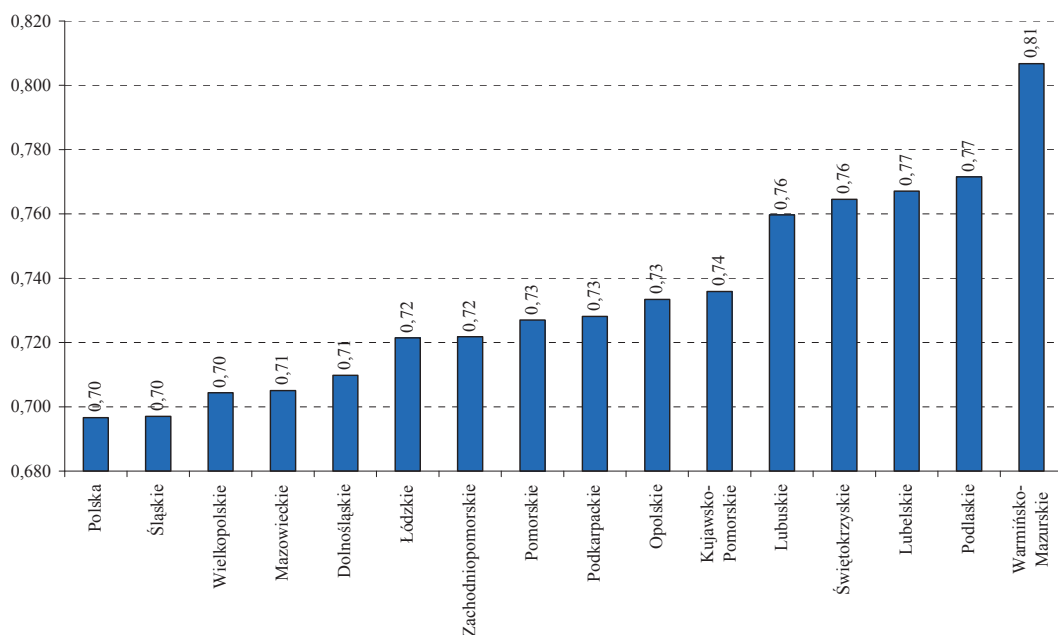
- n = liczba grup PKWiU (Polska Klasyfikacja Wyrobów i Usług),

- f_i^1 = udział (i -tej) grupy PKWiU w eksporcie województwa do UE15,

- f_i^0 = udział (i -tej) grupy PKWiU w eksporcie Polski do UE15.

Współczynnik Clarka jest miarą znormalizowaną, przyjmuje wartość równą zero przy jednakowych strukturach bazowej i porównywanej.

Wykres 31 przedstawia wartości współczynnika Clarka obliczone dla Małopolski względem innych województw w eksporcie do UE15. Dane na wykresie interpretować należy w taki sposób, że im mniejsza wartość współczynnika, tym eksport pod względem struktury produktowej jest bardziej podobny do Małopolski. Wnioskujemy zatem, że eksport Małopolski do UE jest najbardziej podobny do województw: śląskiego, wielkopolskiego, mazowieckiego oraz dolnośląskiego. Najbardziej różni się natomiast od Warmińsko-mazurskiego, Podlaskiego, Lubelskiego, Świętokrzyskiego i Lubuskiego.

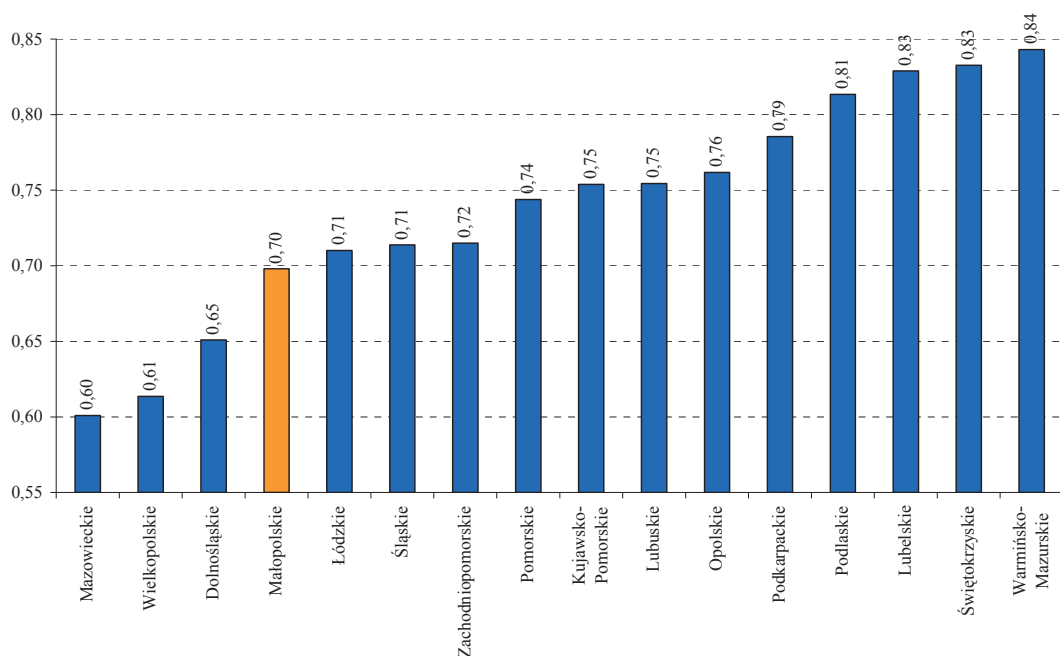


Wykres 31: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu województwa małopolskiego do UE15 w roku 2008 względem innych województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Względem eksportu Polski do UE15, wartość współczynnika Clarka dla Małopolski kształtuje się na poziomie 0,7 i praktycznie nie uległa zmianie w porównaniu z latami 2006 i 2007. Wartość ta jest stosunkowo niska. Małopolskę cechuje zatem wysokie podobieństwo struktury produktowej eksportu do Polski ogółem (wykres 32). War-

tości współczynnika prezentowane na wykresie wskazują, że Małopolska – obok Mazowsza, Wielkopolski oraz Dolnośląskiego - należy do grupy województw o strukturze produktowej eksportu na rynek unijny bardzo zbliżonej do eksportu Polski ogółem na rynek UE.



Wykres 32: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu poszczególnych województw do UE w roku 2008 względem eksportu Polski do UE15

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

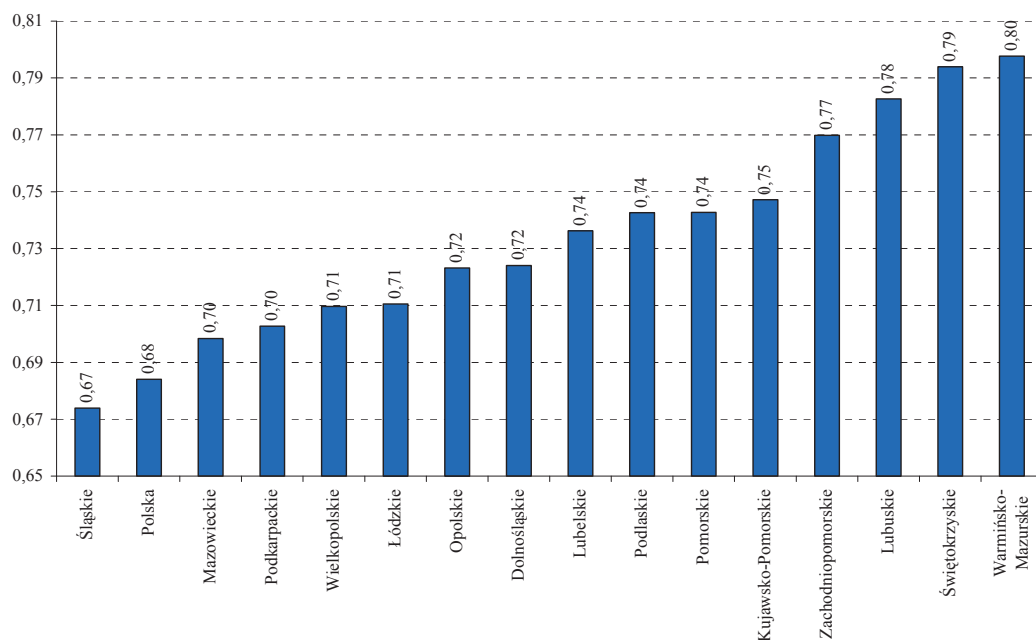
Podobne obliczenia zostały przeprowadzone dla eksportu trafiającego na rynki nowych krajów członkowskich UE. Jak wynika z dokonanej analizy (wykres 33), produktowa struktura eksportu Małopolski do nowych krajów członkowskich UE jest bardzo podobna do struktury eksportu Śląska, Mazowsza, Podkarpacia, Wielkopolski oraz Łódzkiego. Największe różnice odnotowano natomiast dla województw: warmińsko-mazurskiego, świętokrzyskiego, lubuskiego i zachodniopomorskiego. Jak dowodzą wyniki obliczeń prezentowane na wykresie, strukturę eksportu Małopolski do nowych krajów członkowskich cechuje mały stopień dywergencji względem eksportu Polski ogółem na te rynki (0,68). Warto przeanalizować jak poziom tego zróżnicowania przedstawia się na tle pozostałych województw (wykres 34). W klasyfikacji sporządzonej z tego punktu widzenia, Małopolska zajmuje piątą pozycję, co oznacza, że stopień podobieństwa struktury produktowej do eksportu Polski trafiającego na rynki nowych krajów członkowskich UE jest bardzo wysoki. Należy mieć na uwadze fakt, że pierwsze miejsca w tak sporządzonym rankingu zajmują województwa: mazowieckie, śląskie, wielkopolskie oraz dolnośląskie, czyli regiony,

które mają duży udział w eksporcie Polski ogółem, w tym w eksporcie do nowych krajów członkowskich. Wnoszą one zatem duży wkład do ogólnokrajowego eksportu, co rzutuje na niski stopień dywergencji – liczony względem Polski ogółem.

Przedstawione powyżej wyniki obliczeń dotyczące podobieństwa/dywergencji struktury eksportowej województw na rynki UE15, bądź nowych krajów członkowskich UE interpretować można w dwojaki sposób. Po pierwsze – jeżeli struktury eksportu poszczególnych regionów są do siebie bardziej podobne, oznacza to, że w eksporcie (na określone rynki) województwa mają konkurencyjną (substytucyjną) ofertę eksportową. Pozornie zatem, można wnioskować, że np. w eksporcie do UE15 poważnym konkurentem dla Małopolski jest Śląskie. Rzeczywiście, podobieństwo struktury eksportu tych dwóch województw jest bardzo duże. Pamiętać należy jednak, że rośnie rola handlu wewnątrzgałęziowego, w ramach którego producenci oferują – w obrębie tych samych grup produktowych – zróżnicowane towary. Po drugie – na problem można spojrzeć z perspektywy teorii optymalnych obszarów walutowych i członkostwa Polski w strefie euro. Województwa o podobnej strukturze

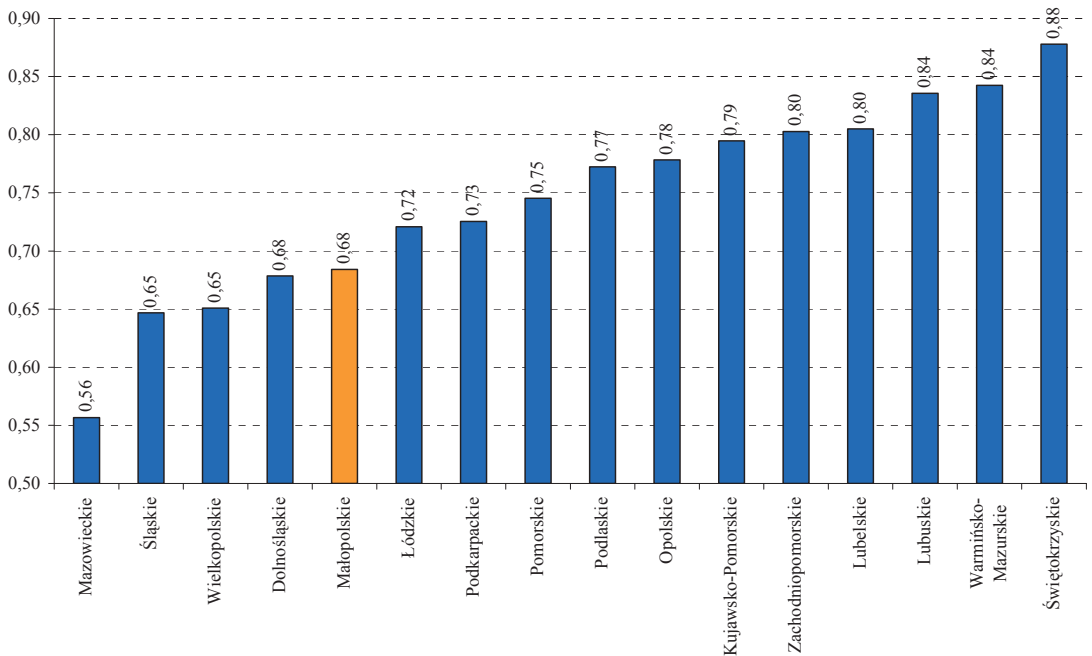
eksportu będą doświadczać symetrycznych szoków, w przypadku załamania popytu na rynku danej grupy produktów. Z punktu widzenia kryteriów formułowanych przez teorię optymalnych obszarów walutowych,

korzystną sytuacją jest, gdy struktura eksportu województwa jest podobna do struktury eksportu Polski. W tym przypadku istotna jest symetria w reakcji na ewentualne szoki.



Wykres 33: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu województwa małopolskiego do nowych krajów członkowskich UE w roku 2008 względem innych województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



Wykres 34: Współczynnik dywergencji Clarka obliczony w celu porównania struktury eksportu poszczególnych województw do nowych krajów członkowskich UE w roku 2008 względem eksportu Polski do tych krajów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Rekapitulacja

Najpoważniejszym odbiorcą eksportu województwa są kraje Unii Europejskiej. W latach 2000–2007 ich udział w eksporcie województwa praktycznie nie zmieniał się i oscylował wokół poziomu 60%. Rok 2008 przyniósł nieznaczny spadek znaczenia „starych” krajów członkowskich UE. Od roku 2000 wzrósł też udział nowych krajów

członkowskich. Ich udział w regionalnym eksporcie plasuje województwo małopolskie na 2. miejscu w Polsce. Najpoważniejszym odbiorcą małopolskich towarów od lat są Niemcy. W 2008 drugie miejsce zajęły Czechy, trzecie Francja, czwarte – Rosja.

Struktura eksportu województwa małopolskiego do Unii Europejskiej jest najbardziej zbliżona do Śląskiego i Wielkopolskiego.

6. Intensywność powiązań handlowych z UE

Jak już wspomniano, postępujące procesy integracji sprzyjają intensyfikacji stosunków handlowych. Podobne zjawisko wystąpiło w Polsce; przybrało ono na sile po podpisaniu Układu Europejskiego, a szczególnie po wejściu w życie jego części handlowej w 1992 roku. Zgodnie z postanowieniami tego Układu między Polską a UE w ciągu 10 lat powstała strefa wolnego handlu artyku-

łami przemysłowymi. Liberalizacja sprzyjała wzrostowi obrotów i obecnie kraje UE stanowią dla polskich towarów najpoważniejszy rynek zbytu.

W tabeli 16 przedstawiono strukturę intensywności powiązań handlowych w eksporcie województw według kierunków geograficznych.

Tabela 16: Struktura intensywności powiązań handlowych w eksporcie województw według kierunków geograficznych (2008)

	Daleki Wschód	Nowi w UE	Pozostałe kraje	Rosja, Ukraina, Białoruś	UE15
Dolnośląskie	1,41	1,09	0,51	0,49	1,11
Kujawsko-Pomorskie	1,06	0,86	0,60	1,01	1,09
Lubelskie	1,80	0,93	0,70	1,79	0,92
Lubuskie	0,46	0,56	0,49	0,97	1,22
Łódzkie	0,66	1,09	0,85	1,49	0,94
Małopolskie	1,14	1,43	1,07	1,13	0,86
Mazowieckie	1,13	1,17	1,05	1,66	0,85
Opolskie	0,38	1,20	0,68	0,55	1,09
Podkarpackie	0,81	1,19	1,38	1,75	0,79
Podlaskie	0,86	1,60	0,81	2,82	0,62
Pomorskie	2,15	0,69	2,62	0,56	0,85
Śląskie	0,64	1,08	0,79	0,73	1,07
Świętokrzyskie	1,32	1,33	0,84	1,40	0,87
Warmińsko-Mazurskie	0,81	0,84	0,84	1,01	1,07
Wielkopolskie	0,43	0,72	0,97	0,81	1,12
Zachodniopomorskie	1,19	0,30	1,55	0,45	1,16

Objaśnienia: W tabeli prezentowane są wartości współczynnika oparte na formule tzw. RCA (ujawnionych przewag komparatywnych). Informują one o tym, ile razy udział województwa w eksporcie Polski na rynek np. UE15 jest wyższy od udziału tegoż województwa w eksporcie Polski ogółem. Np. w przypadku województwa małopolskiego, jego udział w eksporcie Polski na rynki krajów Dalekiego Wschodu jest 1,13 razy większy, niż udział województwa w eksporcie Polski ogółem. W tabeli na czerwono zaznaczono przypadki, w których wartość wskaźnika wynosi powyżej jedności, co wskazuje na ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie

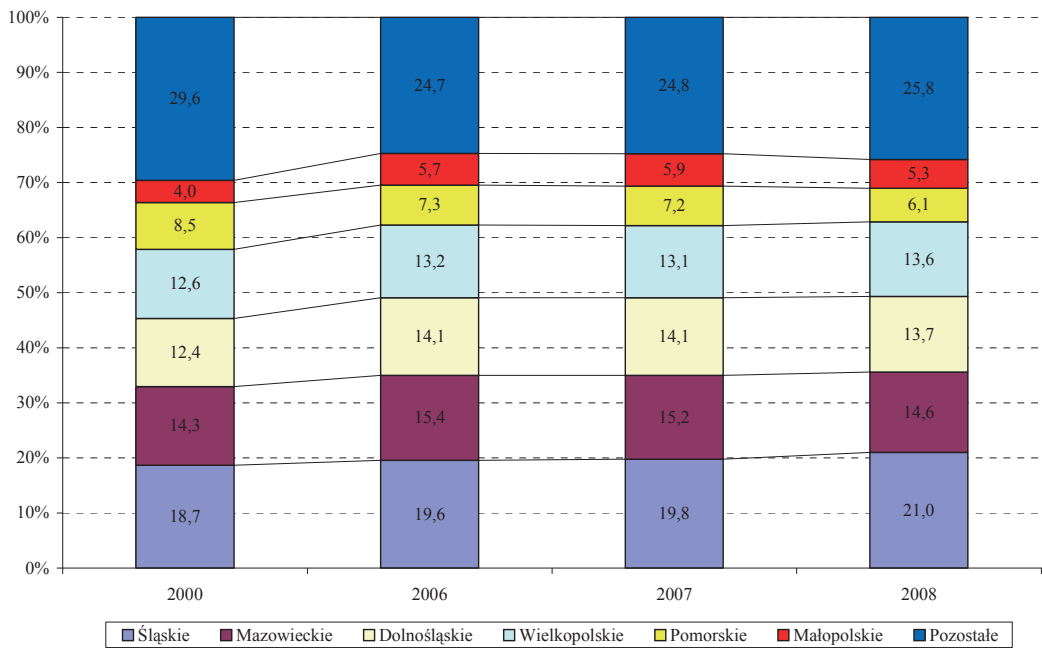
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Dla małopolskiego eksportu charakterystyczne są silne powiązania z nowymi krajami członkowskimi UE. Wartość współczynnika wynosi 1,43 i należy do najwyższych spośród wszystkich województw (wyższa jest tylko w Podlaskiem). Małopolskie firmy wykorzystują swoje ugruntowane kontakty handlowe w handlu z partnerami z tej grupy krajów. Ważna jest także bliskość geograficzna, o czym świadczą wysokie pozycje Czech, Węgier i Słowacji, Bułgarii Rumunii czy Litwy na liście krajów – najważniejszych

odbiorców eksportu Małopolski.

Silniejsze więzi - od przeciętnej siły powiązań typowych dla województwa - odnotowuje Małopolska także w eksporcie do krajów Dalekiego Wschodu, a także Rosji, Ukrainy i Białorusi.

Słabsze od przeciętnych są natomiast powiązania z tzw. „starą” UE. Jak wiadomo z wcześniej przedstawionych analiz, wartość eksportu na rynki tych krajów wzrasta, ale okazuje się, że w tempie wolniejszym niż do „nowych” w UE.



Wykres 35: Udział województw w eksporcie Polski do UE15 w roku 2000 oraz 2006, 2007 i 2008 (% eksportu Polski ogółem)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela 17: Zmiana wartości eksportu województw do UE15 w latach 2000-2008

	Eksport w 2008 (mln EUR)	Zmiana 2008- 2000 (mln EUR)	Zmiana jako % wartości w 2000r.
Małopolskie	3 431,5	2 473,0	258,0
Świętokrzyskie	811,4	572,5	239,7
Śląskie	13 704,0	9 230,4	206,3
Dolnośląskie	8 927,6	5 966,9	201,5
Wielkopolskie	8 834,5	5 823,1	193,4
Mazowieckie	9 513,6	6 096,0	178,4
Opolskie	1 292,2	803,9	164,6
Kujawsko-Pomorskie	2 875,2	1 724,1	149,8
Lubuskie	2 517,3	1 500,6	147,6
Zachodniopomorskie	2 824,3	1 679,1	146,6
Lubelskie	1 048,4	597,2	132,4
Podkarpackie	1 609,4	886,1	122,5
Łódzkie	2 141,1	1 153,5	116,8
Warmińsko-Mazurskie	1 285,7	643,9	100,3
Pomorskie	3 966,4	1 932,2	95,0
Podlaskie	410,1	162,3	65,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

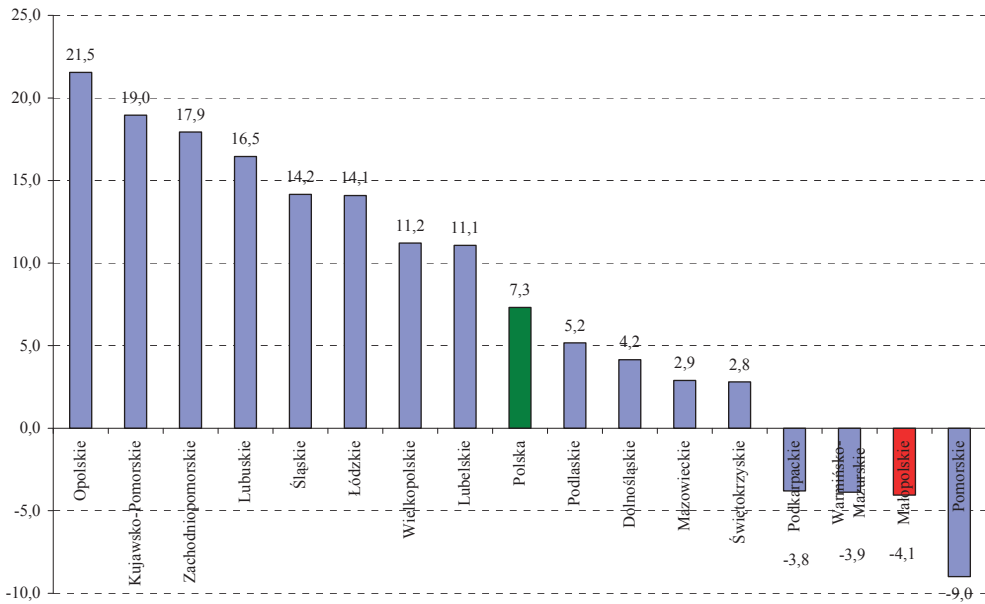
Należy podkreślić, że – mimo mniej intensywnych powiązań handlowych z UE15 – udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie do tego regionu wzrasta. Zwiększył się on od 4% w 2000 do 5,7% w 2006 roku i 5,9% w roku 2007, spadł jednak w roku 2008 do poziomu 5,3%. Rola województwa małopolskiego jako regionalnego eksportera oraz liczącego się „udziałowca” w ogólnopolskim eksporcie do UE15 jest wysoka. Widać jednak, że eksporterzy „ciążą” w stronę odbiorców w nowych krajach członkowskich UE.

Z punktu widzenia wzrostu eksportu do UE15 w latach 2000-2008, Małopolska wyprzedziła wszystkie województwa. Należy podkreślić, że dynamika ta była rzeczywi-

ście imponująca: przyrost wolumenu eksportu w latach 2000-2008 wynosił 2,5 mld euro.

Drugie na liście, Świętokrzyskie, również znacząco zwiększyło swój eksport, jednak – ze względu na jego niższą wartość wyjściową – uzyskany wynik był łatwiejszy do osiągnięcia.

Oceniając Małopolskie w kontekście sytuacji innych województw nie można jednak nie zauważyć, że wiele spośród nich, zaliczanych do grupy najważniejszych eksporterów na rynek unijny, w ujęciu bezwzględniego przyrostu wartości eksportu w latach 2000-2008 zdystansowało Małopolskę. „Rekordzista” eksportowy do UE15 – Śląsk – zwiększył obroty o 9,2 mld euro.



Wykres 36: Zmiana wartości eksportu województw do UE15 w latach 2007-2008 (%)

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie wyraża zmianę wartości eksportu w latach 2007-2008 jako procent wartości eksportu w roku 2007

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analiza wzrostu eksportu do UE15 w latach 2007-2008 wskazuje na to, że eksport do UE15 spadł.



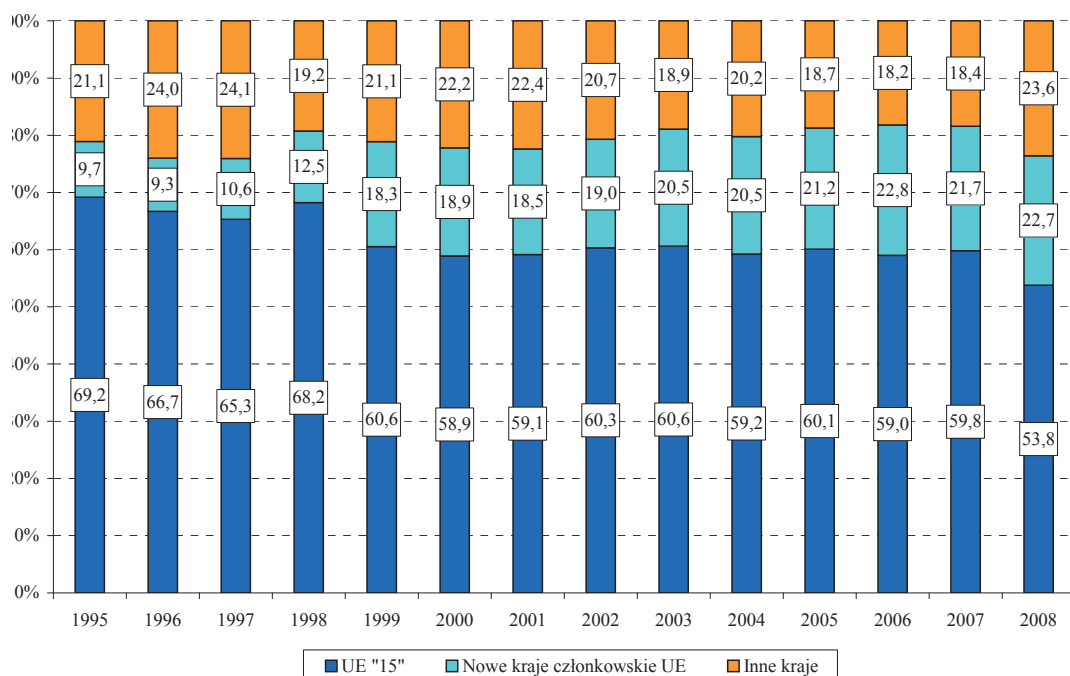
Wykres 37: Dynamika eksportu Małopolski do UE15 w latach 2001-2008 (%)

Objaśnienia: Wskaźnik na wykresie wyraża zmianę wartości eksportu w stosunku do roku poprzedniego w procentach (np. zmiana między rokiem 2007 a 2006, w stosunku do wartości w euro w roku 2006)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na przestrzeni lat udział UE15 w eksporcie Małopolski ulegał zmianom. Według szacunkowych danych (przeliczonych z układu 49 do 16 województw), w roku 1995 69,2% eksportu kierowane było do UE. Do roku 2008 udział UE15 w eksporcie województwa zmniejszył się do 53,8%, czyli o prawie 15

pkt. proc. W roku 2008 wzrósł natomiast udział nowych krajów członkowskich UE, z 9,7% w roku 1995 do 22,7% w roku 2008. Udział „starych” oraz „nowych” krajów UE w eksporcie województwa w 2008 roku wyniósł 76,5%. Jest to zatem spadek o 2,4 pkt. proc. w stosunku do roku 1995.



Wykres 38: Udział UE w eksporcie Małopolski w latach 1995-2008 (%)

Źródło: Obliczenia własne autorów według danych GUS. Dane za okres 1995-1999 szacunki

W celu bliższego zbadania znaczenia kontaktów handlowych (w oparciu o dane statystyczne dotyczące wartości oraz struktury eksportu) skonstruowany został wskaźnik intensywności powiązań handlowych w eksporcie do UE15. Do jego konstrukcji wykorzystano wartość eksportu województwa w 2008 roku. Wskaźnik obliczony został jako stosunek udziału województwa w eksporcie Polski do UE15 do udziału województwa w eksporcie Polski ogółem. Przyjmuje zatem wartość powyżej jedności w przypadku województw, których udział w eksporcie do UE15 jest większy niż w eksporcie Polski ogółem.

Wskaźnik w swej konstrukcji nawiązuje do teorii grawitacji, która przyczyn handlu upatruje w asymetrii pozycji partnerów handlowych. Teoria grawitacji bezpośrednio odnosi się do szkoły tzw. fizyki socjalnej⁷, zgodnie z którą kierunki handlu kształtowane

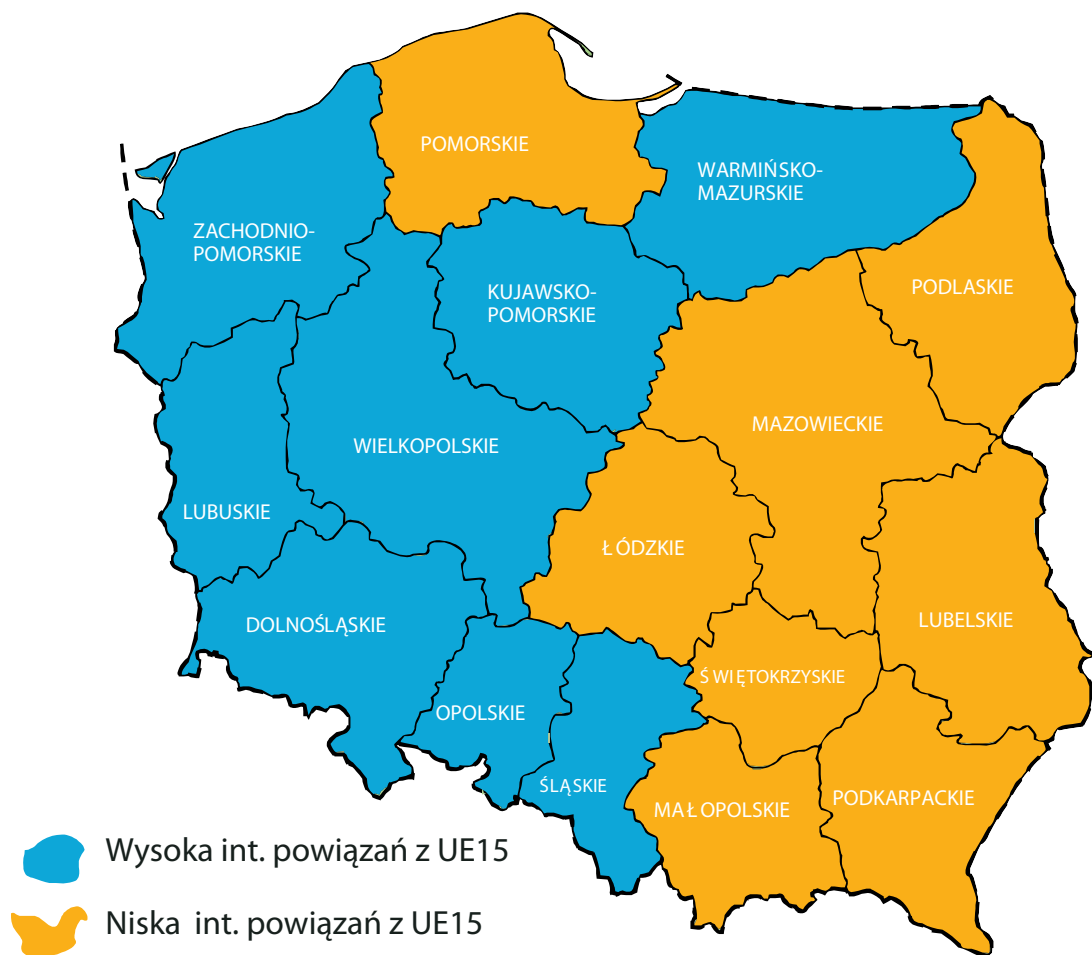
są przez specyficzne siły przyciągania (ciążeń). Siły te determinowane są przez takie czynniki, jak wartość dochodu narodowego, koszty transportu, odległość geograficzna, odległość kulturowa. Czynniki te określić należy mianem odległości ekonomicznej oraz kosztów komunikowania się⁸. Intensywność powiązań handlowych prezentowana jest na mapie 1. Małopolska zaklasyfikowana została do grupy województw charakteryzujących się niską intensywnością powiązań eksportowych z krajami UE15. Oznacza to, że udział eksportu województwa w krajo-

⁸ W odniesieniu do handlu regionalnego, a w szczególności do eksportu województw, teoria grawitacji okazuje się przydatna. Dowodem na to są badania prowadzone przez autorów, które potwierdzają prawidłowość wzrostu intensywności powiązań handlowych np. z Niemcami wraz z przesuwaniami się w kierunku zachodnich województw kraju oraz relatywnie silne powiązania eksportowe północnych województw Polski ze Skandynawią. Zob. szerzej w: Gawlikowska-Hueckel K., Umiński S., „How Internal is Poland's Regional Foreign Trade”, w: „Enlarged European Union in House of Europe: New Internal and External Problems”, Kestutis Kriscunas red., Kaunas University of Technology, Kaunas, 2005.

⁷ Misala J., „Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej”, Szkoła Główna Handlowa, 2003

wym eksporcie na rynki unijne jest mniejszy od udziału regionu w globalnym eksporcie Polski. Można to interpretować również

w taki sposób, że dla Małopolski ważniejsze, niż dla szeregu innych województw, są rynki krajów pozaunijnych.



Mapa 1: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie do UE15 (eksport w 2008 roku)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na mapie w kolorze niebieskim oznaczone zostały województwa, w których wskaźnik przyjmuje wartości powyżej jedności, co wskazuje na ponadprzeciętną intensywność powiązań w eksporcie z krajami UE. Dostrzec można ogólną prawidłowość, zgodnie z którą to przede wszystkim województwa zachodnie charakteryzują się wysoką intensywnością powiązań z krajami UE15. Potwierdza to znaną w teorii handlu tezę, że regiony „ciążą” w kierunku najbliższych sobie rynków zbytu.

Mapa 2 przedstawia – określoną według identycznej metodologii – intensywność powiązań eksportowych z nowymi krajami członkowskimi UE. Kolorem jasnoniebieskim oznaczono województwa, charakteryzujące się ponadprzeciętną intensywnością powiązań eksportowych z nowymi krajami członkowskimi UE. Do grupy tej zalicza się Małopolska, przy czym obliczony współczynnik intensywności powiązań z nowymi krajami członkowskimi plasuje Małopolskę na 2. pozycji (za Podlasiem).



Mapa 2: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie do nowych krajów członkowskich UE (eksport w 2008 roku)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

7. Intensywność powiązań handlowych z pozostałymi regionami świata

Według identycznej metodologii obliczone zostały powiązania handlowe z innymi regionami świata. Powiązania Małopolski z Rosją, Ukrainą i Białorusią są wyższe niż przeciętnie w Polsce. Wskaźnik charakteryzujący tę intensywność w roku 2008 kształtował się na poziomie 1,13. Sytuacja w zakresie intensywności powiązań eksportowych z Rosją, Ukrainą i Białorusią w 2008 roku uległa zmianie, ze względu na duży wzrost eksportu Małopolski do Rosji. Przypomnijmy, że wartość eksportu do tego kra-

ju zwiększyła się o 210 mln euro, pozycja Rosji na liście najważniejszych krajów – odbiorców eksportu – przesunęła się z 9 na 4 miejsce. Na mapie 3 wyraźnie widać, że teoria grawitacji w handlu potwierdza się w analizie geograficznych obrotów eksportowych polskich regionów. Województwa wschodniej części kraju, charakteryzują się wysoką intensywnością powiązań eksportowych z Rosją, Ukrainą i Białorusią, co może wynikać z bliskości geograficznej tych rynków zbytu.



Mapa 3: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie z Rosją, Ukrainą i Białorusią (eksport za rok 2008)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W przypadku krajów Dalekiego Wschodu, wskaźnik intensywności powiązań handlowych Małopolski dla 2008 roku wyniósł

1,14. Na czele rankingu znajduje się Pomorze, dla którego miernik ten kształtował się na poziomie 2,15.



Mapa 4: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie z krajami Dalekiego Wschodu (eksport za rok 2008)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Kolejną grupą są kraje określane jako „pozostałe”. Największa intensywność eksportu do tzw. pozostałych krajów cechuje województwo pomorskie (2,62), najmniejsza dolnośląskie i lubuskie (0,5). W Mał-

polsce wskaźnik kształtował się na poziomie 1,07, co oznacza, że skłonność do ekspansji handlowej na rynki tzw. pozostałych krajów była nieznacznie wyższa niż przeciętnie w Polsce.



Mapa 5: Intensywność powiązań handlowych w eksporcie do „pozostałych krajów” (eksport za rok 2008)

Źródło: Opracowanie autorów na podstawie danych GUS

Rekapitulacja

Analiza intensywności kontaktów handlowych dowodzi, że województwo małopolskie charakteryzuje się szczególnie silnymi powiązaniem z grupą nowych krajów członkowskich UE. Natomiast powiązania handlo-

we z UE15 – w porównaniu z innymi województwami – są mniej intensywne. Dynamika wzrostu eksportu Małopolski do UE15 od roku 2006 maleje. W 2008 roku wartość eksportu do UE15 zmniejszyła się, a udział województwa w ogólnopolskim eksporcie do UE15 w 2008 roku wyniósł 5,3%.

8. Handel wewnątrzgałęziowy

8.1. Założenia metodologiczne, istota handlu wewnątrzgałęziowego, porównanie województw

Informacje na temat intensywności handlu wewnątrzgałęziowego są istotne dla oceny „nowoczesności” handlu zagranicznego. W teorii ekonomii międzynarodowej oraz w badaniach stosowanych dowodzi się, że zjawisko nakładania się strumieni handlu (czyli sytuacja, w której region jest jednocześnie importerem i eksporterem tych samych produktów) jest coraz bardziej powszechne dla krajów, które znajdują się na podobnym poziomie rozwoju gospodarczego oraz konkurencyjności i – w szczególności – podlegają procesowi integracji gospodarczej. Handel typu wewnątrzgałęziowego wynika przede wszystkim ze zróżnicowania produktów. Każdy z partnerów uczestniczących w wymianie handlowej produkuje określony wariant dobra, importując inne, a dodatkowym źródłem zysku są korzyści skali. Handel wewnątrzgałęziowy (nakładanie się strumieni importu i eksportu) jest charakterystyczny przede wszystkim dla wymiany między krajami uprzemysłowionymi o podobnym poziomie rozwoju i upodabniających się gustach konsumentów. Nakładanie się strumieni handlu jest cechą handlu w UE, w przeciwieństwie

np. do handlu między UE a krajami mniej rozwiniętymi (do których UE eksportuje towary wysoko przetworzone, a z których importuje towary nisko przetworzone i surowce – nie ma wówczas warunków dla nakładania się strumieni handlu).

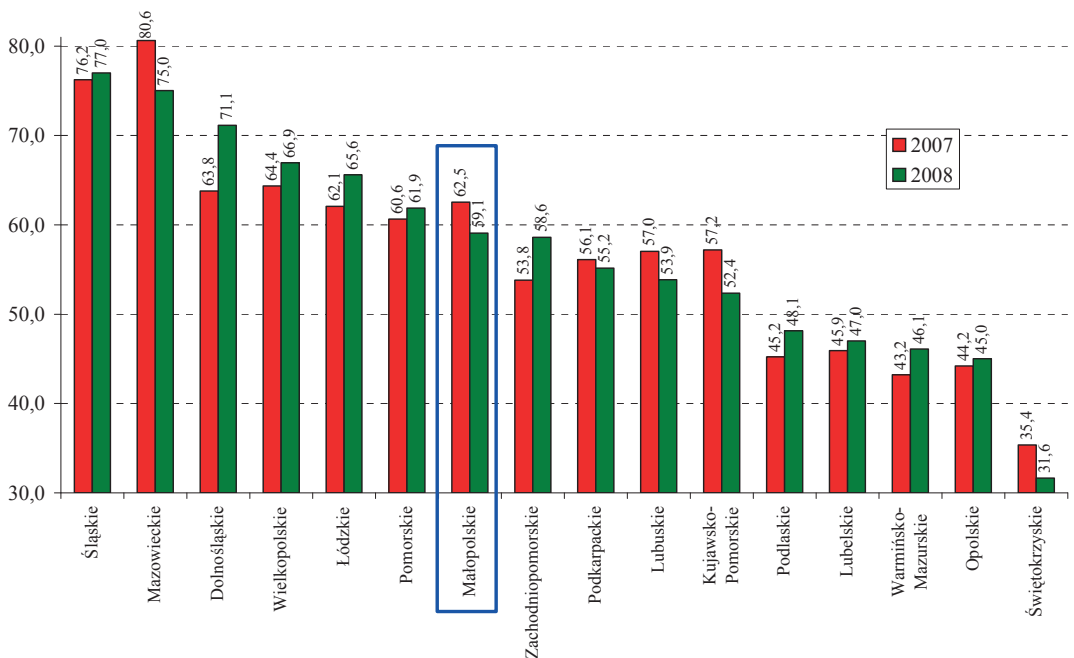
Udział handlu wewnątrzgałęziowego w obrotach ogółem obliczono w oparciu o zmodyfikowany indeks Grubela i Lloyda:

$$R_i = \sum_{i=1}^n \frac{(a_i Ex_i + b_i Im_i) - |a_i Ex_i - b_i Im_i|}{(a_i Ex_i + b_i Im_i)}$$

gdzie:

- $(Ex_i + Im_i)$ oznacza globalną wartość wymiany zagranicznej branży i ,
- $|Ex_i - Im_i|$ jest bezwzględną wartością z różnicy między eksportem a importem branży i ,
- a_i oznacza udział branży i w eksporcie regionu,
- b_i oznacza udział branży i w imporcie regionu.

Udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu Małopolski w 2008 roku wynosił 59,1%, w porównaniu do roku poprzedniego nieznacznie zmalał. Na tle pozostałych województw jest to poziom średni (wykres 39).



Wykres 39: Udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu zagranicznym województw w roku 2007 oraz 2008 dla grup PKWiU (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Indeksy handlu wewnątrzgałęziowego dla poszczególnych grup produktowych według PKWiU obliczone zostały według dwóch formuł: A i B. Decyzja o wykorzystaniu formuły marginalnego handlu wewnątrzgałęziowego wynika z faktu, że wskaźniki liczone według tzw. tradycyjnych formuł H. Grubela i P.J. Lloyda mogą sztucznie zawyżać poziom handlu wewnątrzgałęziowego.

$$A = 1 - \frac{|\Delta Ex - \Delta Im|}{|\Delta Ex| + |\Delta Im|}$$

gdzie:

- ΔEx = przyrost eksportu w danej grupie produktowej w latach 2007-2008,
- ΔIm = przyrost importu w danej grupie produktowej w latach 2007-2008.

A, jest indeksem marginalnego handlu zagranicznego obliczonym według formuły zaproponowanej przez Brülharta. Przyjmuje wartości między zero a jednością, przy czym zero wskazuje na to, że handel marginalny ma charakter całkowicie typu międzygałęziowego, natomiast 1 wskazuje, że handel marginalny jest całkowicie wewnątrzgałęziowy.

$$B = \frac{\Delta Ex - \Delta Im}{|\Delta Ex| + |\Delta Im|}$$

B natomiast, przyjmuje wartości między -1 a 1. Jest to tzw. indeks dwuwymiarowy, zawierający informacje nie tylko o znaczeniu marginalnego handlu wewnątrzgałęziowego, ale także o specyfice zmian w poszczególnych sektorach. Im wartości indeksu są bliższe zero, tym z większą intensywnością handlu wewnątrzgałęziowego mamy do czynienia. Przy B równym zero, zmiany w handlu (czyli tzw. handel marginalny) mają całkowicie charakter typu wewnątrzgałęziowego, natomiast gdy B równa się -1 lub 1, świadczy to o tym, że handel marginalny jest całkowicie typu międzygałęziowego. Indeks według formuły B dostarcza też ważnych informacji o sytuacji w danej grupie towarowej, porównując zmiany wartości eksportu do zmian wartości importu. Jak dowodzi Brülhart, rosnący eksport reprezentuje korzystne zmiany w krajowym przemyśle, import natomiast zmiany niekorzystne. Jeśli $B = 1$, $\Delta Ex \geq 0$, natomiast $\Delta Im \leq 0$ w analizowanym okresie czasu. Gdy $B = -1$, mamy do czynienia z sytuacją odwrotną⁹.

⁹ Brülhart M., Marginal Intra-Industry Trade: Measurement and Relevance for the Pattern of Industrial Adjustment, Trinity College Dublin, July 1993, Published in Weltwirtschaftliches Archiv, vol. 130, s. 600-613, 1994.

8.2. Ocena handlu wewnątrzgałęziowego Małopolski

Intensywność handlu wewnątrzgałęziowego Małopolski jest zróżnicowana jeśli chodzi o kierunki geograficzne. W 2008 roku najwyższy indeks handlu wewnątrzgałęziowego odnotowała Małopolska w handlu z UE (50,2%) oraz grupą krajów „nowe w UE” – 46%, a także z „pozostałymi” krajami – 36,5%. Zdecydowanie niższe wartości indeksu przyjmuje w handlu z Dalekim Wschodem (17%) oraz Rosją, Ukrainą i Białorusią (8,1%). Taki rozkład intensywności handlu wewnątrzgałęziowego potwierdza teoretyczne przewidywania, w myśl których handel tego typu ma miejsce przede wszystkim między krajami integrującymi swoje gospodarki, o podobnym poziomie rozwoju gospodarczego, znajdującymi się w bliskości geograficznej i kulturowej, w obrębie których przepływa kapitał zagraniczny tworząc powiązania kooperacyjne. W tabeli A4 w aneksie statystycznym przedstawione zostały indeksy handlu wewnątrzgałęziowego dla 2008 roku dla najważniejszych (o udziale powyżej 1%) produktów (PKWiU) w handlu zagranicznym (suma eksportu i importu) województwa.

Analiza indeksów marginalnego handlu wewnątrzgałęziowego (z punktu widzenia kształtowania się wskaźników obliczonych zarówno według formuły A jak i B) dowodzi, że handel ten jest najbardziej intensywny dla następujących grup produktowych: silniki elektryczne, prądnice i transformatory; pojazdy samochodowe; maszyny specjalnego przeznaczenia; żeliwo, stal i żelazostopy; papier i tektura; maszyny ogólnego przeznaczenia; produkty rafinacji ropy naftowej; wyroby z gumy oraz wyroby metalowe gotowe.

Jako bardzo korzystny ocenić należy fakt, że wśród produktów, których obroty charakteryzują się najwyższą intensywnością handlu wewnątrzgałęziowego znajdują się takie, które zaliczane są do towarów wysoko przetworzonych i są to produkty technologicznie zaawansowane (silniki, maszyny, pojazdy samochodowe i części do nich, maszyny specjalnego przeznaczenia). Gdy przeanalizujemy wskaźniki obliczone według formuły B, dostrzegamy korzystne zmiany. Najlepszą sytuacją (wg. formuły B) charakteryzują się te grupy produktów,

dla których indeks przyjmuje wartości bliskie zeru i są to wartości dodatnie. Wartości powyżej zera wskazują bowiem na to, że przyrost eksportu był większy niż importu. Wśród takich produktów znajdują się: silniki elektryczne, prądnice i transformatory; pojazdy samochodowe; maszyny specjalnego przeznaczenia; maszyny ogólnego przeznaczenia. Są to wyroby o wysokim stopniu przetworzenia.

Rekapitulacja

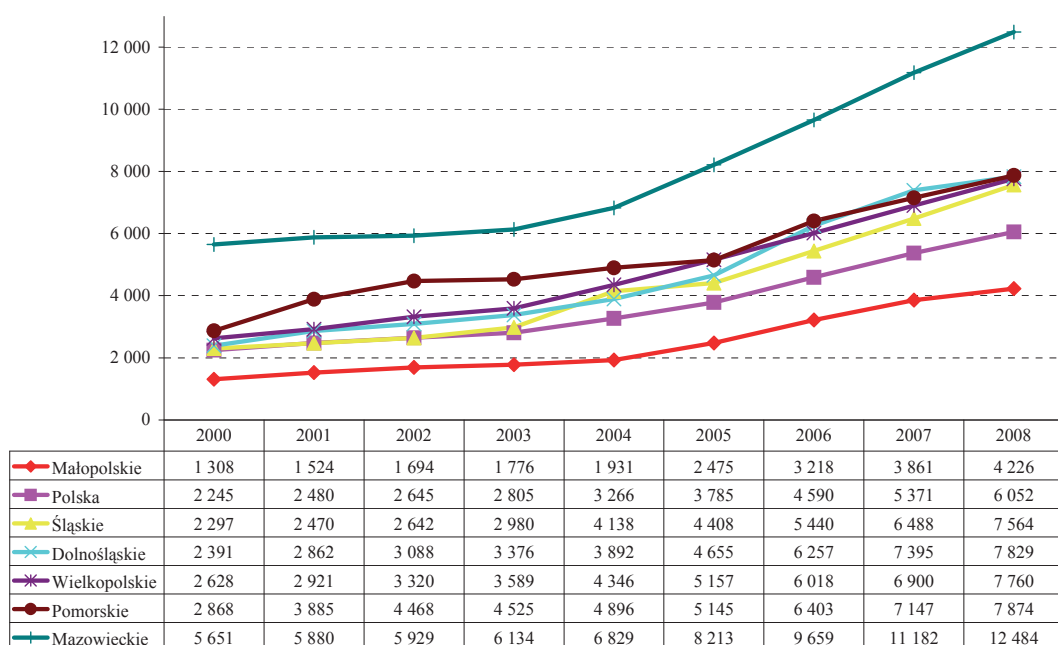
Zjawisko nakładania się strumieni handlu (czyli sytuacja, w której region jest jednocześnie importerem i eksporterem tych samych produktów) jest coraz bardziej powszechne dla krajów wysoko rozwiniętych, które integrują swoje gospodarki. Udział handlu wewnątrzgałęziowego w handlu województwa małopolskiego pozostaje na średnim poziomie. Intensywność tego handlu jest zróżnicowana, jeśli chodzi o kierunki geograficzne. Najwyższa jest w handlu ze „starymi” i „nowymi” krajami członkowskimi UE.

9. Analiza relacji strumieni eksportu i importu Małopolski w podziale na grupy krajów

Suma wartości eksportu i importu jest wskaźnikiem charakteryzującym faktyczny potencjał handlu. Im większa jest wartość łącznej wymiany zagranicznej, tym bardziej „otwarty” jest region i tym większa jego zdolność do funkcjonowania w warunkach gospodarki globalnej. Z drugiej strony, im wyższy jest stopień otwarcia, tym większe jest ryzyko handlu zagranicznego, na któ-

re wystawione są podmioty uczestniczące w wymianie międzynarodowej.

Na wykresie 40 przedstawiono trend kształtowania się sumy wartości eksportu i importu *per capita* w latach 2000-2008 przeciętnie w Polsce, w województwach, w których wymiana z zagranicą jest największa i w Małopolsce.



Wykres 40: Suma wartości eksportu i importu (EUR) per capita w latach 2000-2008, porównanie Małopolski do wybranych województw

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Suma eksportu i importu Małopolski (w ujęciu wartościowym) jest niższa od przeciętnej w Polsce i znacząco odbiega od wskaźników charakteryzujących liderów wymiany. Obserwujemy, co prawda, wzrost tego wskaźnika, ale nie tylko w Małopolsce. W zasadzie należy stwierdzić, że Małopolsce nie udało się zmniejszyć dystansu dzielącego ją od średniej krajowej i od „najlepszych” pod tym względem regionów.

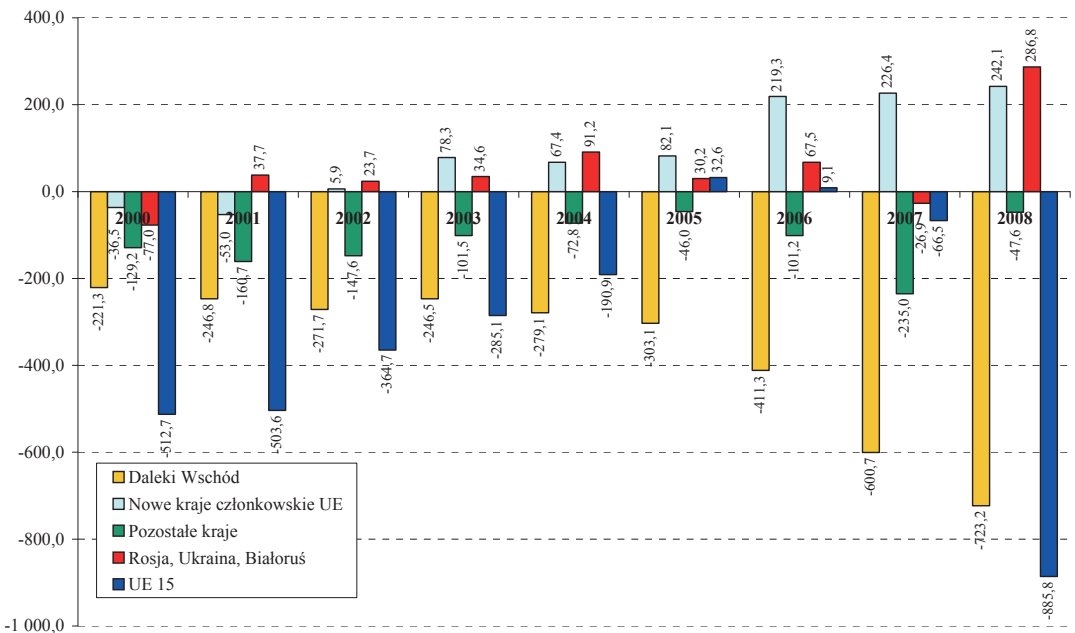
Warto jednak odnotować, że średnią krajową podwyższa wyraźnie „uciekające” do przodu Mazowsze. Dynamika wzrostu

tego wskaźnika w latach 2004-2008 w Mazowieckiem była wyższa od przeciętnej dla kraju. Województwa, w których wystąpił proces doganiania i które zmniejszyły dystans dzielący je od czołówki, to Dolny Śląsk oraz Wielkopolska. Proces wyraźnego „przyspieszenia” nastąpił w 2005 roku.

W latach 2000-2005 obserwujemy wyraźną poprawę w zakresie kształtowania się salda obrotów handlowych Małopolski. W 2000 roku w wymianie ze wszystkimi grupami krajów odnotowywano deficyt. Jak już wspomniano, od 2006 roku saldo ulega

pogorszeniu. Warto jednak przyrzeć się jak saldo obrotów kształtuje się w podziale na grupy krajów. W latach 2000-2008 pogłębia się ujemne saldo obrotów z krajami Dalekiego Wschodu; w 2008 roku osiągnęło poziom -723 mln euro. Jednak „najgłębsze” ujemne saldo w 2008 roku zarejestrowane zostało w obrotach z krajami UE15 (-886 mln euro). Oznacza to, że względem roku 2007 uległo ono bardzo poważnemu pogorszeniu. W 2008 roku zmniejszył się deficyt w obro-

tach z „pozostałymi krajami” (-235 mln euro w roku 2007, -48 mln euro w 2008). W handlu z Rosją, Ukrainą i Białorusią w okresie 2002-2006 odnotowywane było saldo dodatnie, natomiast w roku 2007 – ujemne, w roku 2008 – ponownie dodatnie (287 mln euro). Od 2002 roku wzrastała natomiast nadwyżka eksportu nad importem w handlu z nowymi krajami członkowskimi UE. W roku 2008 wyniosła ona 242 mln euro.



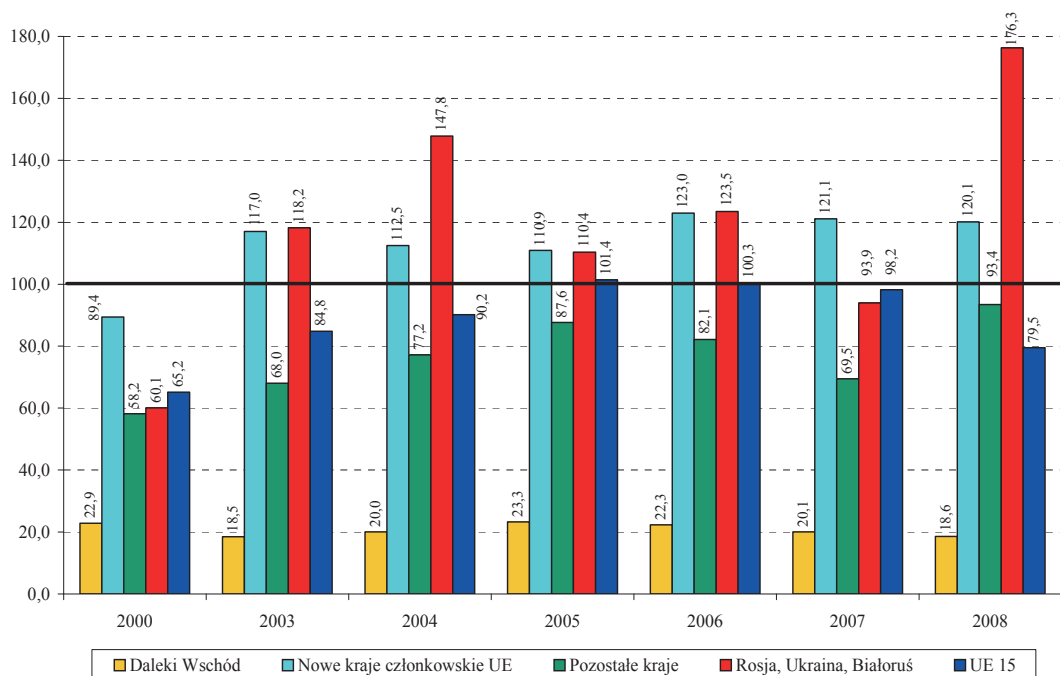
Wykres 41: Saldo handlu zagranicznego Małopolski w podziale na grupy krajów w latach 2000-2008 (mln EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Na wykresie 42 przedstawiono wskaźnik pokrycia importu eksportem dla różnych grup krajów.

Jeżeli wskaźnik ten osiąga wysokość równą 100 oznacza to, że wartość eksportu

pokrywa wartość importu, jeżeli jest mniejszy od 100, to koszt importu przewyższa dochody z eksportu, a jeżeli większy – to eksport generuje nadwyżkę ponad wydatki związane z importem.



Wykres 42: Wskaźnik pokrycia importu eksportem (coverage ratio) dla Małopolski w latach 2000-2008 w podziale na grupy krajów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W związku z tym, że w roku 2008 względem 2007 eksport województwa rósł w niższym tempie niż import, wskaźnik pokrycia importu eksportem obliczony dla handlu Małopolski ogółem uległ obniżeniu (z 89,5 w 2007 roku do 85 w roku 2008). Niepokojący jest fakt, że sytuacja pogorszyła się w relacjach z krajami UE15, które są najważniejszymi partnerami w handlu Małopolski.

Jak wynika z przedstawionych danych, najniższy wskaźnik pokrycia importu eksportem odnotowuje Małopolska w handlu z dalekim Wschodem (18,6), najwyższy w handlu z Rosją, Ukrainą i Białorusią (176). Oceniając te zjawiska jako „lepsze”, czy „gorsze”, należy przypomnieć to, o czym już wcześniej wspomniano. Nie zawsze deficyt

w handlu, czyli brak pokrycia wydatków na import dochodami z eksportu należy postrzegać jako zjawisko negatywne.

Rekapitulacja

Suma wartości eksportu i importu jest wskaźnikiem charakteryzującym „otwartość” gospodarki regionu. Dla województwa małopolskiego suma ta – w przeliczeniu na jednego mieszkańca – jest niższa od przeciętnej w Polsce. „Najgłębsze”, ujemne saldo obrotów odnotowywane jest w handlu z krajami starej UE. W 2008 roku nadwyżka eksportu nad importem dotyczyła nowych krajów członkowskich UE oraz Rosji, Ukrainy i Białorusi.

10. Import województwa małopolskiego

Analiza eksportu powinna zostać uzupełniona przez przedstawienie najważniejszych cech regionalnego importu. Ze względu na fakt, że eksport jest składnikiem globalnego popytu, to jemu zasadniczo poświęcone jest niniejsze opracowanie. W powszechnej opinii to eksport tworzy miejsca pracy, wartość dodaną, a sukces eksportowy traktowany jest jako tzw. wynikowa miara konkurencyjności (bądź pozycji konkurencyjnej). Z punktu widzenia przepływów finansowych import traktować można jako sumę wydatków w zamian za sprowadzane z zagranicy produkty. Przywołać można, przy okazji, jedno z ciekawszych – ale też kontrowersyjnych – sformułowań, znane z ekonomii międzynarodowej, które dowodzi, że eksport jest nam potrzebny „tylko po to”, aby nim zapłacić za import.

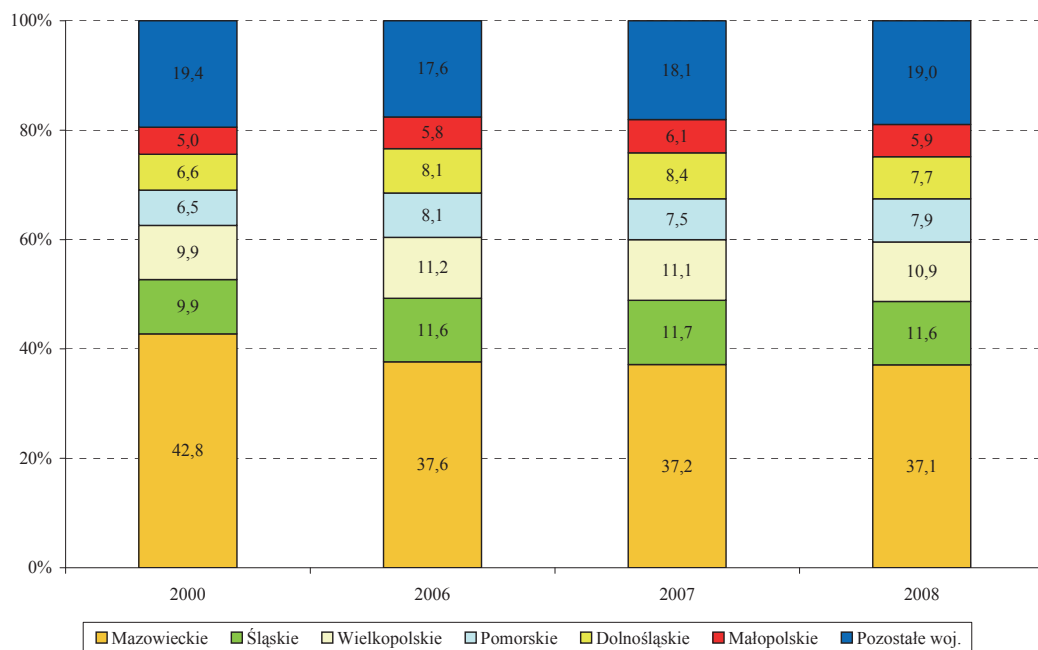
Powszechnie za korzystną uznaje się sytuację, gdy wpływy z eksportu przewyższają wydatki na import, czyli gdy w handlu zagranicznym powstaje dodatnie saldo. Taka ocena nie jest jednoznaczna. Współczesna gospodarka jest coraz bardziej otwarta, co oznacza, że aby eksportować, niezbędny jest import np. półproduktów, surowców itp. Co więcej, w handlu między krajami wysoko rozwiniętymi rośnie znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego, w ramach którego wymiana dotyczy wariantów danego produktu, czyli strumienie eksportu i importu „nakładają się”. W przypadku krajów takich jak Polska, które wciąż znajdują się w procesie modernizacji parku maszynowego „odziedziczonego” po okresie gospodarki centralnie planowanej oraz w fazie doganiania krajów bardziej rozwiniętych, import dotyczy dóbr inwestycyjnych. Import ten z czasem przekłada się na wzrost eksportu, gdyż zmodernizowany park maszynowy pozwala na wzrost zdolności do konkurencji na rynkach zagranicznych. Ponadto – jak już

wspomniano – import dostarcza artykułów, które z różnych powodów nie mogą być produkowane w kraju (z oczywistych względów taniej jest do Polski importować banany, cytryny, krewetki niż je uprawiać czy hodować na miejscu). Ponadto wiele luksusowych artykułów nie jest w Polsce produkowanych. W literaturze ekonomii międzynarodowej znana jest koncepcja tzw. preferencji Armingtona. Według niej konsumenci zgłaszają popyt nie np. na wino, ale na *francuskie* wino, *szwajcarskie* zegarki czy *włoskie* buty. Chodzi tutaj o preferencje konsumentów skierowane pod adresem konkretnych, rozpoznawalnych pod względem kraju bądź regionu pochodzenia marek produktów.

Najmniej korzystny – jak już wspomniano – jest import dóbr konsumpcyjnych, które są substytutami produktów krajowych. Stanowi on konkurencję dla towarów rodzimych, prowadzi do ich „wypychania” z rynku, powoduje zmniejszenie popytu i ograniczenie produkcji.

Wolumen importu jest często skorelowany z rozmiarami produkcji regionu. Im większe są potrzeby producentów związane z zakupem surowców, maszyn i urządzeń, im wyższe są inwestycje, tym bardziej znacząca skala importu.

Wykres 43 prezentuje udział województw w imporcie Polski w roku 2000, 2006, 2007 oraz 2008. Od 2000 roku zaobserwować można spadek udziału Mazowsza w imporcie Polski, nadal jednak województwo to dominuje w ogólnopolskim imporcie (37,1% w roku 2008). Udział Małopolski w krajowym imporcie wzrósł z 5,0 w roku 2000 do 6,1% w roku 2007; w roku uległ nieznacznej redukcji do 5,9%. W rankingu województw – największych importerów – Małopolska zajmuje 6. pozycję w Polsce – tak jak w poprzednich latach.



Wykres 43: Udział województw („najważniejszych importerów”) w imporcie Polski w latach 2000 oraz 2006-2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wskazać należy na bardzo poważną rolę, jaką w imporcie Polski odgrywają firmy zlokalizowane na Mazowszu. Mazowsze jest regionem o najwyższej liczbie mieszkańców, dlatego popyt, w tym również na dobra importowane, jest największy. W województwie tym zarobki są znacznie wyższe niż w pozostałych regionach (prawie dwukrotnie), zatem relatywnie wysoka stopa życiowa odzwierciedla się też w zakupach importowanych produktów luksusowych. Część importu ma tzw. charakter pośredni, to znaczy dokonywana jest poprzez wyspecjalizowane firmy handlu zagranicznego, które bardzo często zlokalizowane są poza

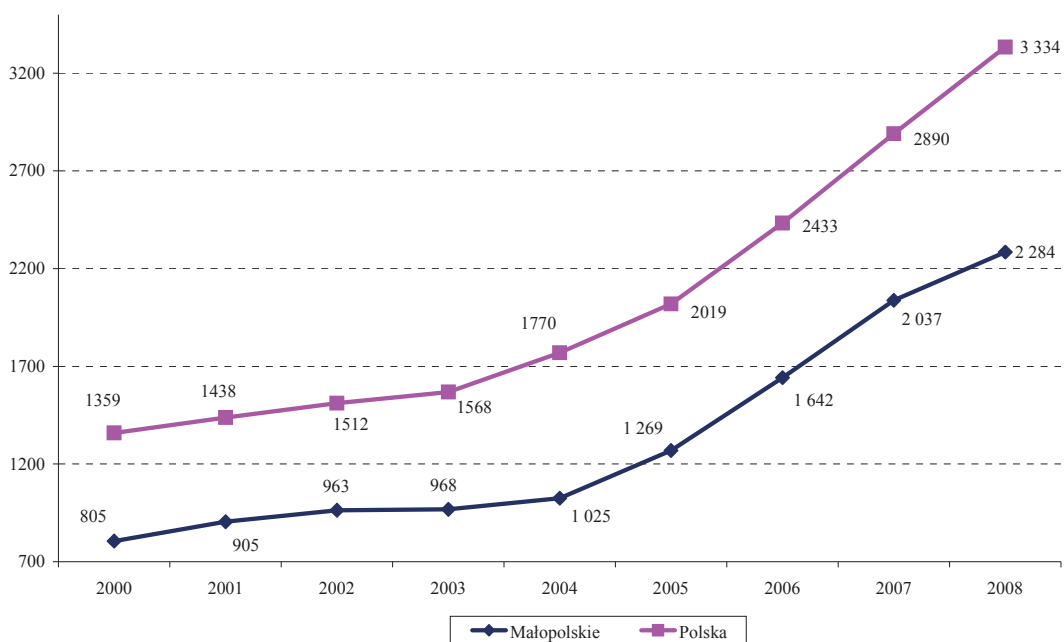
obszarem województwa, do którego ostatecznie trafiają produkty sprowadzane z zagranicy. Sposób ewidencjonowania obrotów „przypisuje” je natomiast regionom, w których zlokalizowane są firmy pośredniczące w handlu. W Polsce, najwięcej tego rodzaju central jest w Warszawie.

Wartość importu w przeliczeniu na jednego mieszkańca Mazowsza w 2008 roku wyniosła ponad 9 tys. euro. Import *per capita* województwa małopolskiego w 2008 roku kształtował się natomiast na poziomie blisko 2,3 tys. euro. Małopolska zatem – z punktu widzenia importu *per capita* – zajmuje 6 miejsce na liście importerów.

Tabela 18: Import województw per capita w latach 2000-2008 (EUR)

	2000	2004	2005	2006	2007	2008
Mazowieckie	4 427	4 966	5 893	6 753	7 891	9 061
Pomorskie	1 549	2 649	2 670	3 414	3 726	4 517
Wielkopolskie	1 547	2 261	2 585	3 064	3 610	4 083
Dolnośląskie	1 158	1 767	2 022	2 601	3 212	3 395
Śląskie	1 074	1 662	1 752	2 307	2 775	3 164
Małopolskie	805	1 025	1 269	1 642	2 037	2 284
Lubuskie	911	1 179	1 373	1 638	1 871	2 260
Łódzkie	855	1 070	1 162	1 377	1 587	2 215
Opolskie	654	920	1 046	1 209	1 572	1 967
Kujawsko-Pomorskie	751	879	1 048	1 162	1 678	1 823
Zachodniopomorskie	962	1 057	1 068	1 283	1 393	1 770
Podkarpackie	423	574	679	869	1 062	1 138
Warmińsko-Mazurskie	439	563	640	775	966	950
Podlaskie	363	560	658	726	776	934
Świętokrzyskie	363	398	450	497	663	805
Lubelskie	265	273	328	401	523	688

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

**Wykres 44: Wartość importu per capita województwa małopolskiego, porównanie z Polską (lata 2000-2008, EUR)**

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Analiza trendów kształtowania się importu *per capita* wskazuje na utrzymywanie się, a nawet niewielkie powiększenie dystansu między przeciętnym wskaźnikiem dla kraju i Małopolski. W 2000 roku różnica między średnią krajową a Małopolską wynosiła 554 euro, w 2006 - 791 euro, w 2007 - 853 euro, natomiast w 2008 roku 1050 euro.

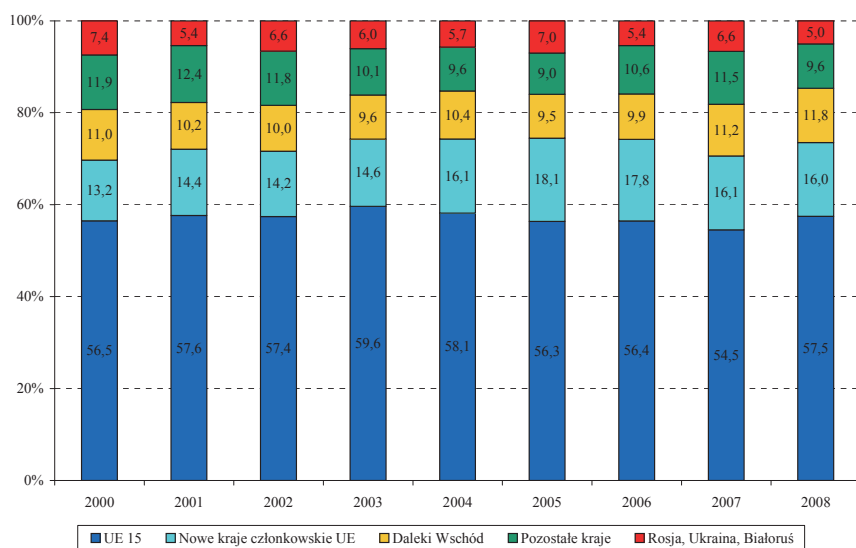
W tabeli A5 w aneksie statystycznym przedstawiono listę krajów, z których import Małopolski jest największy. Pierwsze miejsce zajmują Niemcy, z których Małopolska w 2008 roku sprowadziła produkty na kwotę sięgającą 27,8% wartości całego importu (2,1 mld euro). Z zajmującej drugą pozycję na liście Słowacji, pochodzą produkty stanowiące 7,9% wartości importu, z trzecich Chin 6,8%. Z 3. na 4. pozycję na liście najważniejszych importerów przesunęły się Włochy (6,5% udziału w imporcie w 2008 roku). Znaczenie pozostałych krajów jest mniejsze i nie przekracza 5%.

Należy odnotować, że w znakomitej większości przypadków (w 19 na 25 krajów) import w roku 2008 wzrósł. Spadek wartości importu odnotowano tylko w relacjach z: Rosją, Szwecją, Turcją, Szwajcarią, Ukrainą i Białorusią.

W tabeli A6 w aneksie statystycznym przedstawiono listę najważniejszych produktów importowanych przez Małopolskę. Jak widać z zestawienia, największy udział w imporcie mają produkty rafinacji ropy

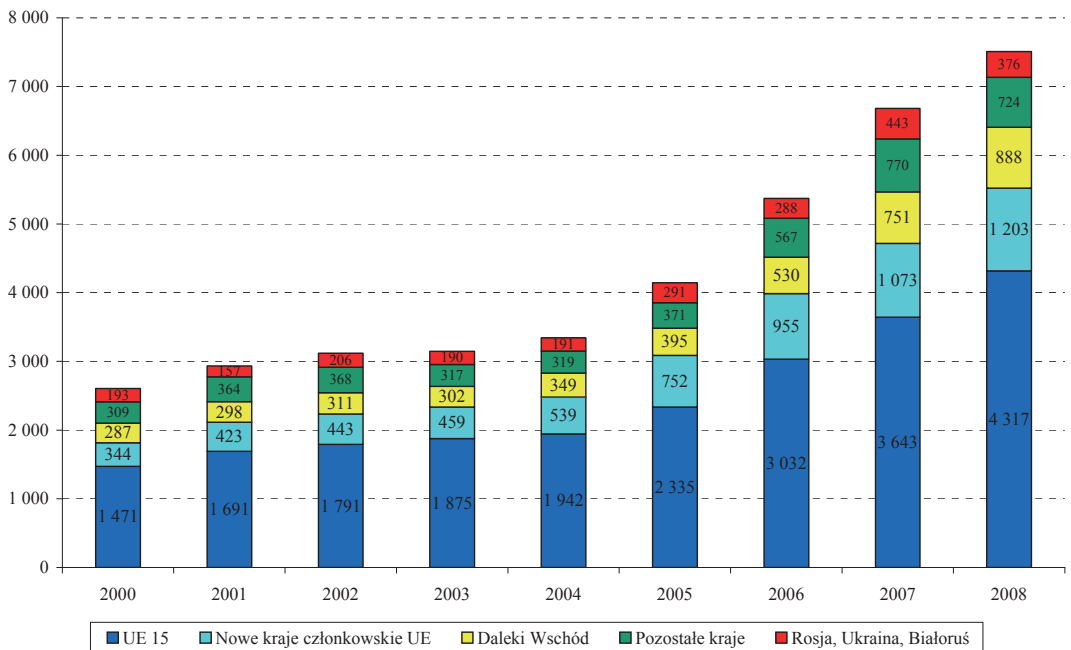
naftowej (9,5%; 712 mln euro). Na drugim miejscu znalazło się aluminium i wyroby z aluminium (7,3%; 547 mln euro). 5,9% za całości importu przypada na żeliwo, stal i żelazostopy; 5,5% na części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników. Udział żadnej z pozostałych grup produktowych w imporcie nie przekracza 5%. Wskazać należy na zmiany, jakie zaszły na liście rankingowej najważniejszych produktów w imporcie między rokiem 2007 a 2008. Dotyczą one przede wszystkim przemysłu samochodowego. W rankingu o dwadzieścia sześć pozycji (w górę) przesunęły się nadwozia do pojazdów samochodowych, przyczepy i naczepy; o pięć pozycji części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników oraz pojazdy samochodowe. Zmiany zaszły też w przypadku mięsa świeżego (pięć pozycji w górę) oraz instrumentów i przyrządów pomiarowych, kontrolnych i nawigacyjnych, a także maszyny dla górnictwa i budownictwa (o pięć pozycji).

Import Małopolski pochodzi przede wszystkim z krajów UE (57,5%). Drugim ważnym dostawcą są nowe kraje członkowskie (16,%). Warto przy tym zauważyć, że w 2008 roku wzrósł udział krajów UE15 w imporcie Małopolski, na niezmienionym poziomie pozostał udział nowych krajów członkowskich UE, zmniejszył się udział Rosji, Ukrainy i Białorusi oraz „pozostałych krajów”.



Wykres 45: Struktura importu województwa małopolskiego w latach 2000-2008 według grup krajów (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

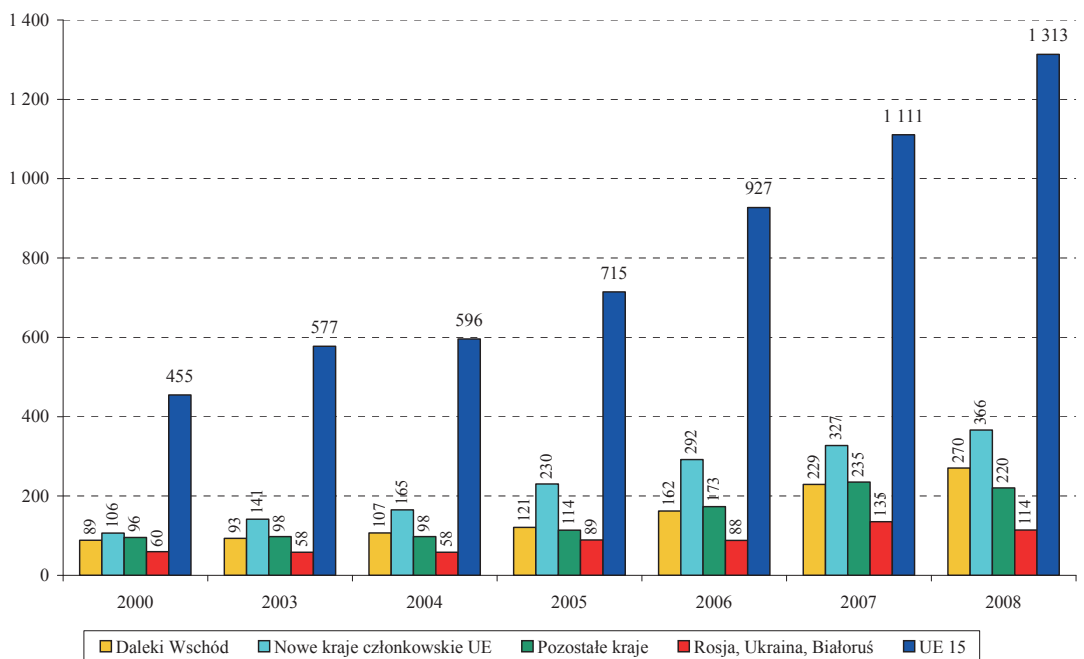


Wykres 46: Import województwa małopolskiego w podziale na grupy krajów, w latach 2000-2008, mln EUR

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W okresie 2000-2008 wartość importu pochodzącego z każdej z grup krajów wzrosła. W 2008 roku import z UE15 wyniósł 4,3 mld euro, z nowych krajów członkowskich

UE 1,2 mld euro, z Dalekiego Wschodu 0,9 mld euro, z „pozostałych krajów” 0,7 mld euro. Najmniejszy był z Rosji, Ukrainy i Białorusi (0,37 mld euro).



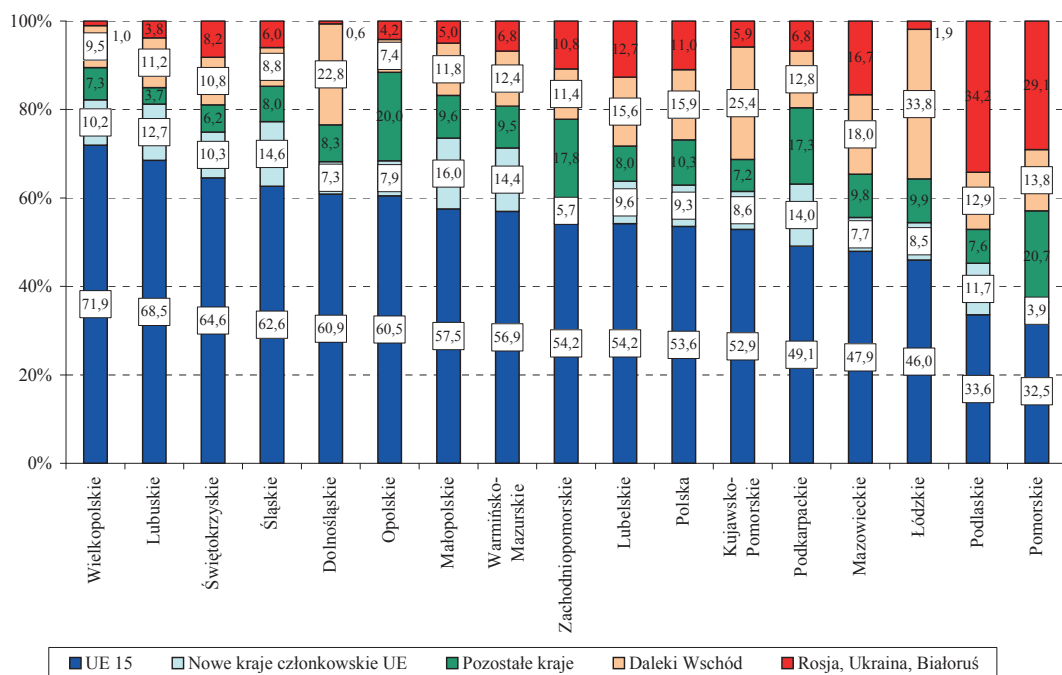
Wykres 47: Wartość importu per capita Małopolski (EUR) w latach 2000-2008 w podziale na grupy krajów

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Proporcje udziałów poszczególnych rynków w imporcie najbardziej widoczne są przy porównaniu wartości importu *per capita* pochodzącego z tych rynków. Na wykresie 47 widać wyraźną asymetrię, pojawiającą się między grupami krajów, z których pochodzi import Małopolski. Z kierunku „stara” UE osiąga on wartość 1313 euro, w porównaniu do 366 euro z krajów „nowej” UE. Najniż-

szy poziom importu *per capita* rejestrowany jest w relacjach z Rosją, Ukrainą i Białorusią (114 euro).

Mimo, że „stara” Unia jest dla Małopolski najpoważniejszym dostawcą produktów (57,5% w 2008 roku), to znaczenie tego ugrupowania (mierzone udziałem w wartości importu) jest w porównaniu do innych województw mniejsze.



Wykres 48: Struktura importu w roku 2008 (w procentach) w podziale na grupy krajów, porównanie Małopolski z innymi województwami

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wykres 48 przedstawia strukturę importu polskich regionów w roku 2008 (w procentach) w podziale na grupy krajów. Można stwierdzić, że dla Małopolski charakterystyczny jest relatywnie niski udział UE, wysoki (najwyższy w porównaniu z innymi województwami) udział nowych krajów członkowskich. Udziały pozostałych grup krajów – na tle pozostałych województw – plasują się na średnim poziomie.

Rekapitulacja

Małopolska jest też ważnym importerem (6. pozycja w Polsce). Import województwa

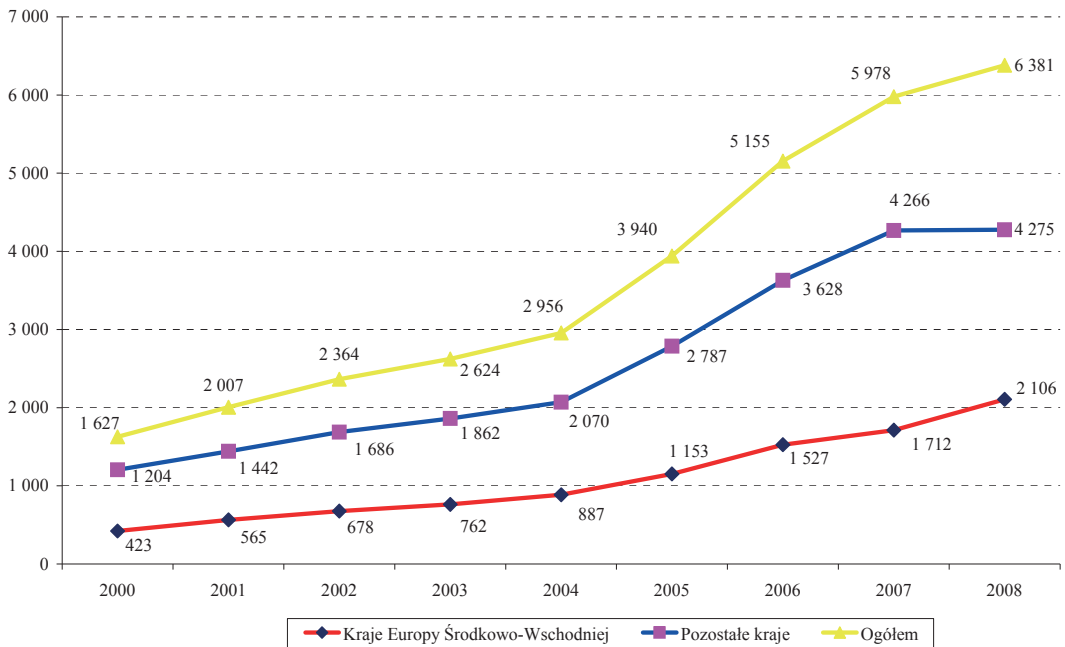
– w przeliczeniu na jednego mieszkańca – w 2008 roku wyniósł ponad 2,2 tys. euro.

Firmy z woj. małopolskiego importują przede wszystkim z Niemiec (27,8% importu województwa ogółem). Pozostali ważni partnerzy w imporcie to: Słowacja, Chiny, Włochy, Francja, Czechy, Austria, Rosja oraz Niderlandy. Najważniejsze produkty w imporcie to: produkty rafinacji ropy naftowej, aluminium i wyroby z aluminium, żeliwo, stal i żelazostopy, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, pojazdy samochodowe. Najpoważniejszym dostawcą importu do województwa są kraje Unii Europejskiej.

11. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej

W porównaniu z pozostałymi województwami, Małopolskę charakteryzują intensywne relacje handlowe z krajami Europy Środkowej i Wschodniej¹⁰. Wartość eksportu Małopolski do tych krajów w latach 2000-2008 wzrosła z 423 mln euro do ponad 2,1 mld euro. W latach 2000-2008 udział Euro-

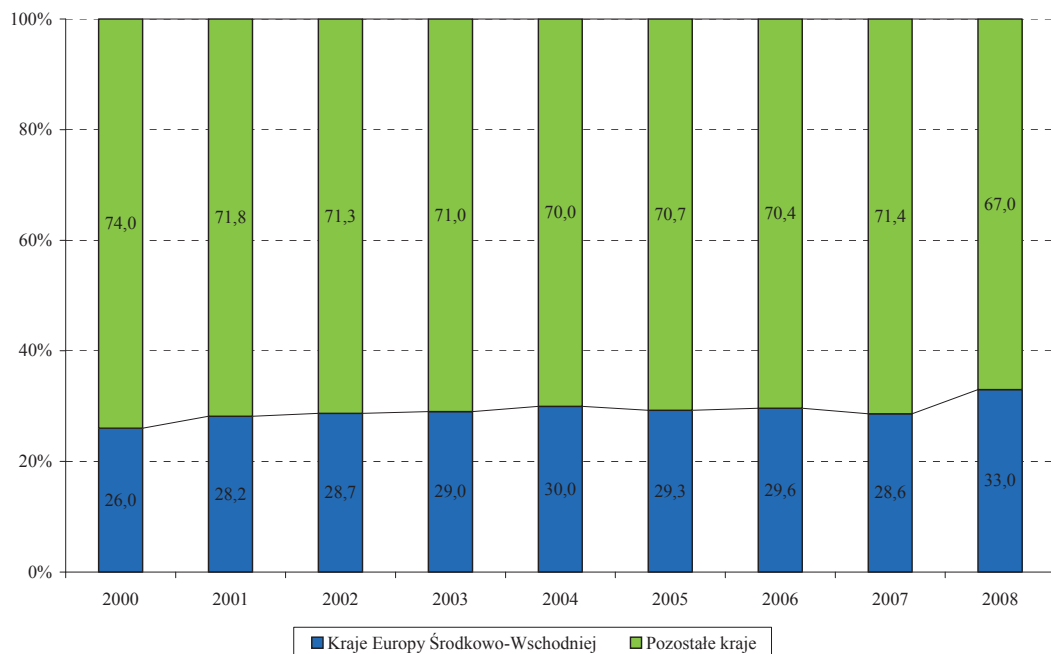
py Środkowo-Wschodniej w eksporcie Małopolski wzrósł z 26% do 33%. Podobny trend obserwujemy analizując udział tych krajów w sumie eksportu i importu województwa: wzrost z poziomu 22,7% w roku 2000 do 26,5 w roku 2008.



Wykres 49: Eksport Małopolski w podziale na kraje Europy Środkowo-Wschodniej oraz pozostałe (mln EUR) w latach 2000-2008

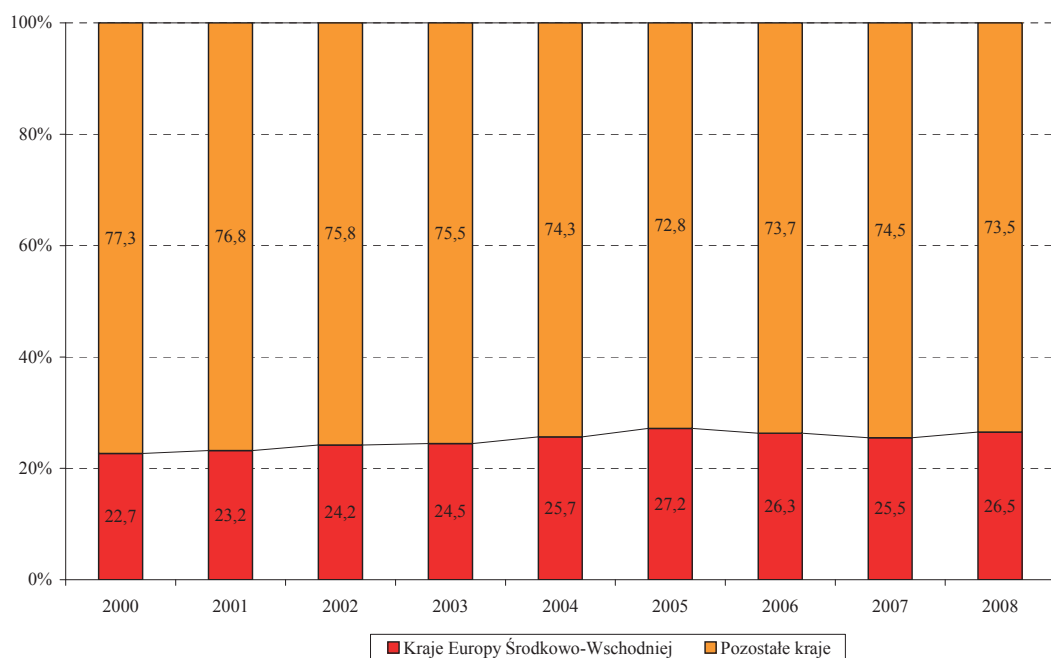
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

¹⁰ Lista krajów zaliczonych do Europy Środkowo-Wschodniej podana została w tabeli 19.



Wykres 50: Udział krajów Europy Środkowo-Wschodniej w eksporcie Małopolski w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

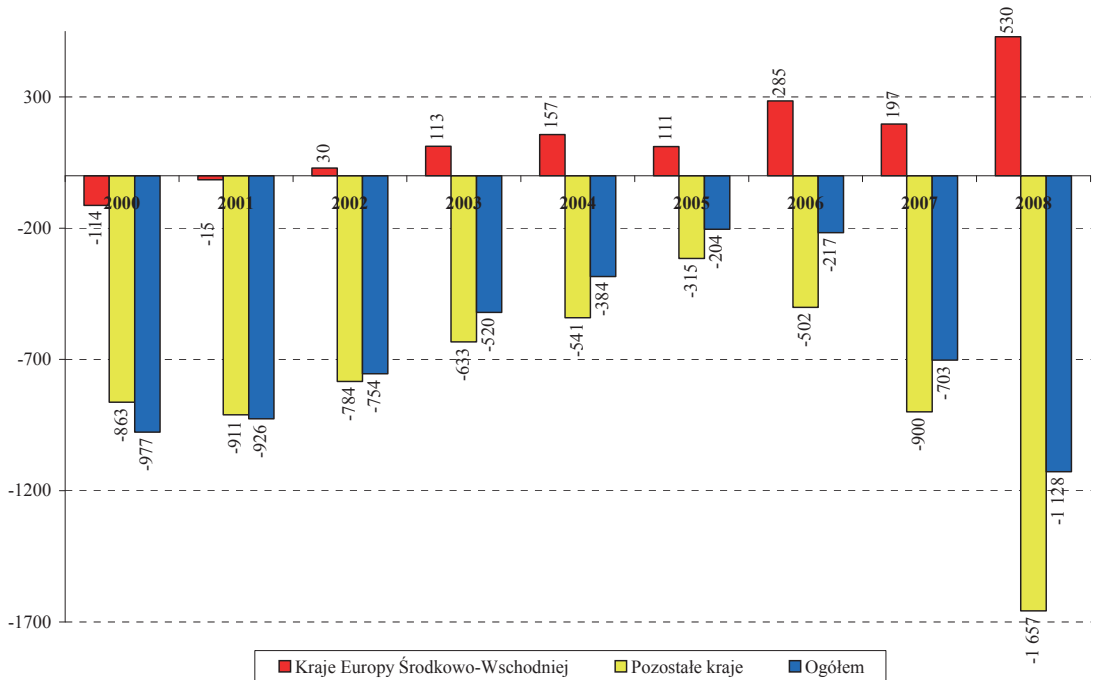


Wykres 51: Udział krajów Europy Środkowo-Wschodniej w sumie eksportu i importu Małopolski w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Saldo obrotów handlowych Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2000-2008 zmieniało się. W roku 2000 i 2001 było ujemne, natomiast w la-

tach 2002-2008 dodatnie, przy czym rok 2008 przyniósł wzrost wartości salda do poziomu 530 mln euro.



Wykres 52: Saldo obrotów handlowych Małopolski w podziale na kraje Europy Środkowo-Wschodniej oraz pozostałe kraje (mln EUR) w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Najpoważniejszym rynkiem zbytu małopolskich produktów wśród grupy krajów Europy Środkowo-Wschodniej są Czechy, do których trafia 20,6% eksportu skierowanego do tej grupy państw. Udział tego kraju w eksporcie Małopolski jest zaskakująco stabilny. W roku 2000 kształtował się na poziomie 20%. Drugim, pod względem znaczenia partnerem w roku 2008 jest Rosja, trafił do niej eksport o wartości 398 mln euro, przy czym zwrócić należy uwagę na znaczny wzrost eksportu do tego kraju (o 210 mln euro) w porównaniu z rokiem 2007. Trzecie miejsce w 2008 roku zajęła Słowacja, która importowała towary o wartości 298 mln

euro. Z 17% do 11% zmniejszył się udział Ukrainy. Z punktu widzenia znaczenia eksportu, mniejsze znaczenie mają dwie republiki nadbałtyckie Łotwa i Estonia. Można to tłumaczyć ich niewielką chłonnością rynków, chociaż Litwa – kraj posiadający również niewielką liczbę ludności – w 2008 roku zakupiła w Małopolsce produkty na kwotę ponad czterokrotnie wyższą niż Łotwa i pięciokrotnie wyższą niż Estonia. Porównanie wartości eksportu w roku 2008 i 2007 wskazuje przede wszystkim na bardzo wysoki jego wzrost do Rosji (o 210 mln euro) oraz do Czech (o 91 mln euro), a także do Rumunii (61 mln euro).

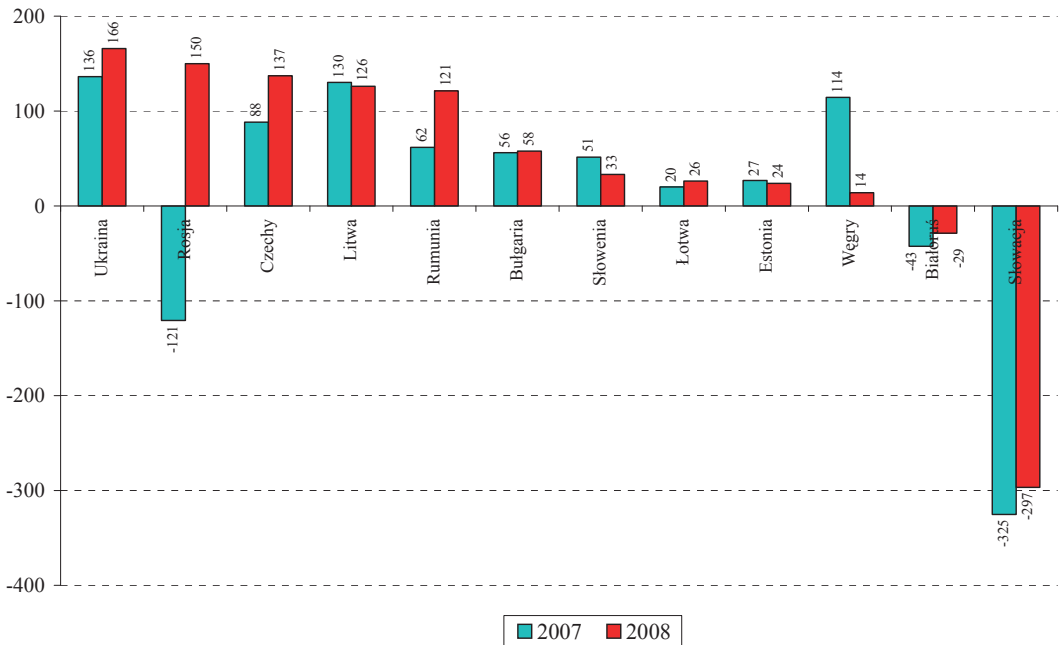
Tabela 19: Wartość oraz struktura eksportu Małopolski do krajów Europy Środkowo-Wschodniej w latach 2000-2008

Kraj	2000		2006		2007		2008		Zmiana 2008-2007
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR
Czechy	84,6	20,0	307,7	20,1	343,8	20,1	434,4	20,6	90,6
Rosja	40,4	9,6	172,6	11,3	188,2	11,0	397,9	18,9	209,7
Słowacja	63,3	15,0	208,7	13,7	235,3	13,7	298,3	14,2	63,0
Ukraina	71,7	17,0	167,4	11,0	207,8	12,1	231,2	11,0	23,4
Rumunia	34,5	8,2	101,1	6,6	130,0	7,6	191,0	9,1	61,0
Węgry	42,3	10,0	274,7	18,0	239,1	14,0	188,1	8,9	-51,0
Litwa	44,0	10,4	111,9	7,3	147,2	8,6	144,8	6,9	-2,3
Bułgaria	8,0	1,9	68,2	4,5	71,6	4,2	69,5	3,3	-2,1
Słowenia	16,2	3,8	50,5	3,3	65,5	3,8	54,5	2,6	-11,0
Łotwa	11,3	2,7	26,8	1,8	34,4	2,0	33,9	1,6	-0,5
Białoruś	3,8	0,9	15,4	1,0	20,5	1,2	33,6	1,6	13,1
Estonia	3,0	0,7	22,5	1,5	28,7	1,7	28,8	1,4	0,0
Ogółem	422,9	100,0	1 527,3	100,0	1 712,1	100,0	2 106,1	100,0	394,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Struktura produktowa małopolskiego eksportu, kierowanego do Europy Środkowej i Wschodniej nie odbiega znacząco od tego, co zakupywane jest przez inne kraje. Najważniejszym towarem eksportowym, podobnie jak w przypadku innych rynków, są pojazdy samochodowe. Ich udział w 2008 w eksporcie na rynki krajów Europy Środko-

wo-Wschodniej wynosił 18%. Jest to istotna zmiana w porównaniu z rokiem 2007. Eksport tej grupy produktów wzrósł o 320 mln euro. Drugie miejsce zajmują druty i przewody izolowane (7,5%), trzecie: aluminium i wyroby z aluminium. Udział żadnej z pozostałych grup towarowych nie przekracza 5% (tabela A7 w aneksie statystycznym).



Wykres 53: Saldo obrotów handlu zagranicznego Małopolski z krajami Europy Środkowo-Wschodniej w roku 2007 oraz 2008 (mln EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Saldo wymiany z krajami Europy Środkowej i Wschodniej przedstawiono na wykresie 53. Zarówno w 2007 jak i 2008 roku najpoważniejsza nadwyżka powstała w handlu z Ukrainą (odpowiednio 136 i 166 mln euro). Zwrócić należy uwagę na znaczne zmiany wartości salda w handlu z Rosją oraz Węgrami. Saldo obrotów z Rosją w roku 2007 było ujemne i wynosiło -121 mln euro, w roku 2008 było dodatnie – na poziomie 150 mln euro. Natomiast saldo obrotów z Węgrami zmalało z 114 mln euro do 12 mln euro. Najgłębszy deficyt rejestrowany jest w handlu ze Słowacją: - 297 mln euro.

Rekapitulacja

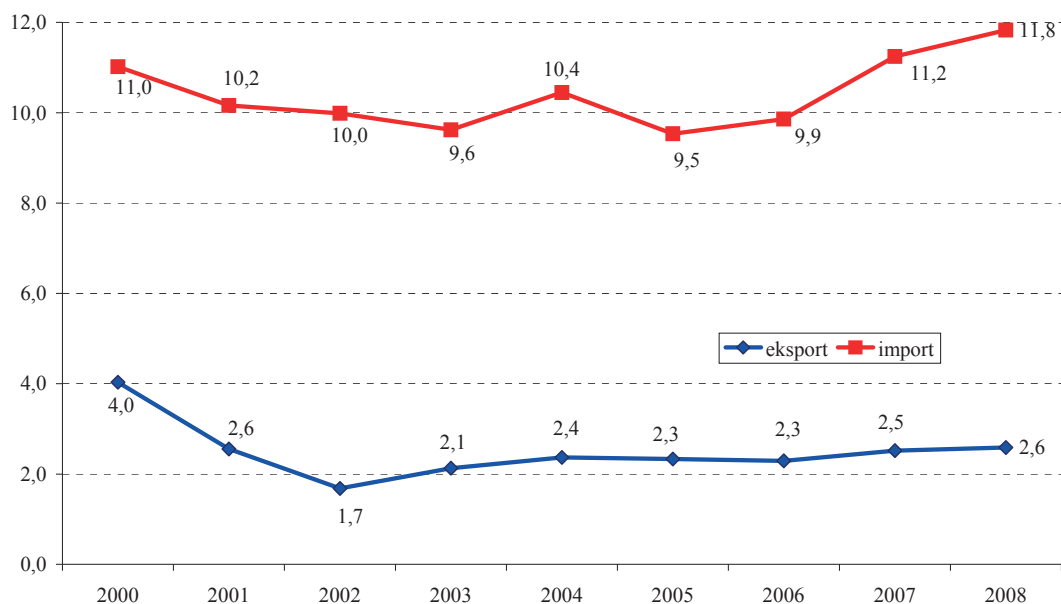
Ze względu na położenie geograficzne, dla firm z województwa małopolskiego kraje Europy Środkowo-Wschodniej są ważnym partnerem handlowym. Szczególna jest rola takich krajów jak Czechy, Rosja, Słowacja oraz Ukraina. Najważniejsze grupy produktów eksportowane przez województwo do krajów Europy Środkowo-Wschodniej to: pojazdy samochodowe, druty i przewody izolowane, aluminium i wyroby z aluminium, żeliwo, stal i żelazostopy oraz wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów. Od 2002 roku w handlu krajami Europy Śr.-Wschodniej rejestrowana jest nadwyżka eksportu nad importem.

12. Specyfika handlu zagranicznego Małopolski z krajami Dalekiego Wschodu

Handel zagraniczny z krajami Dalekiego Wschodu zasługuje na bardziej szczegółową analizę. Jest to uzasadnione ze względu na to, że rynki te – po pierwsze ze względu na swoją wielkość – mogą perspektywnie okazać się obiecujące i „wchłonąć” wiele eksportowanych przez firmy Małopolski towarów. Po drugie, Daleki Wschód jest poważnym konkurentem dla polskich producentów, a import województwa z tego obszaru rośnie.

Udział krajów Dalekiego Wschodu w eks-

porcie Małopolski w latach 2000-2008 nie był znaczący. Zmniejszył się on z 4% w 2000 roku do 2,6% w roku 2008. W ujęciu wartościowym eksport w tym okresie zwiększył się z 65,6 mln euro w 2000 roku do 165 mln euro w 2008 roku. Większe znaczenie kraje Dalekiego Wschodu mają w imporcie województwa. W 2000 i 2008 roku udział ten był prawie identyczny i wynosił 11-11,8%. W latach 2006-2008 obserwujemy trend wzrostu roli krajów Dalekiego Wschodu w imporcie Małopolski.

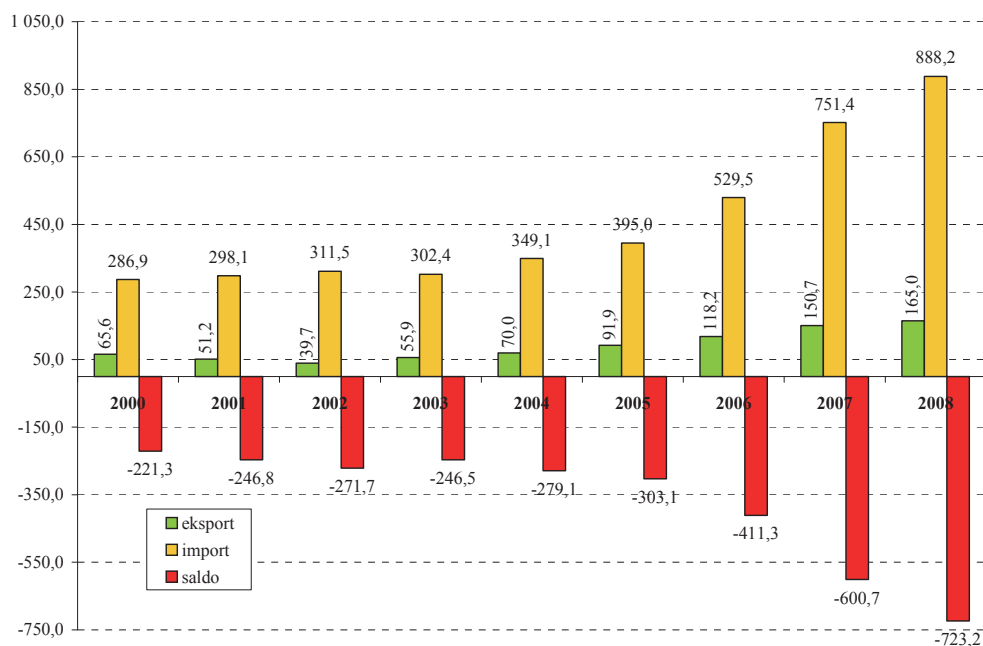


Wykres 54: Udział krajów Dalekiego Wschodu w eksporcie oraz imporcie Małopolski w latach 2000-2008 (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W handlu z Dalekim Wschodem od 2000 roku Małopolska odnotowuje pogarszanie się bilansu obrotów. W 2008 roku ujemne saldo wyniosło 723 mln euro. Warto zwrócić uwagę na to, że eksport Małopolski na rynki

tych krajów pozostaje na niskim poziomie, natomiast dynamika wzrostu importu jest bardzo wysoka. Bardzo prawdopodobne jest pogłębienie się nierównowagi w kolejnych latach.



Wykres 55: Eksport, import oraz saldo obrotów handlowych Małopolski z krajami Dalekiego Wschodu w latach 2000-2008 (mln EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Jeżeli chodzi o strukturę geograficzną eksportu do krajów Dalekiego Wschodu, to zwraca uwagę poważna zmiana roli Chin, z 6. pozycji w roku 2000 na pozycję 1. Udział tego kraju w eksporcie Małopolski na Dale-

ki Wschód wynosi 39%. Na drugim miejscu znalazły się Indie (12%), Kazachstan (5,4%) i Japonia (5,3%). Pozostałe kraje odgrywają mniejszą rolę, jedynie udział Korei oraz Japonii przekracza 5%.

Tabela 20: Lista najważniejszych krajów Dalekiego Wschodu w eksporcie Małopolski (mln EUR oraz %) w latach 2000-2008

	2000			2007			2008		
	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga
Ogółem	65,6	100,0		150,7	100,0		165,0	100,0	
Chiny	4,4	6,7	6	79,7	52,9	1	64,7	39,2	1
India	5,8	8,8	5	2,9	1,9	10	19,8	12,0	2
Kazachstan	8,4	12,8	3	8,2	5,4	4	19,1	11,6	3
Japonia	13,4	20,4	2	7,9	5,3	5	9,3	5,6	4
Republika Korei	8,3	12,6	4	13,4	8,9	2	9,1	5,5	5
Wietnam	0,0	0,0	18	4,6	3,0	9	7,4	4,5	6
Malezja	1,3	2,0	9	5,8	3,9	7	7,0	4,2	7
Tajwan	13,6	20,8	1	9,4	6,2	3	6,7	4,0	8
Hongkong	0,5	0,8	12	4,8	3,2	8	5,7	3,5	9
Sri Lanka	0,6	1,0	11	6,8	4,5	6	5,4	3,3	10
Pozostałe	9,3	14,1		7,3	4,8		10,8	6,5	

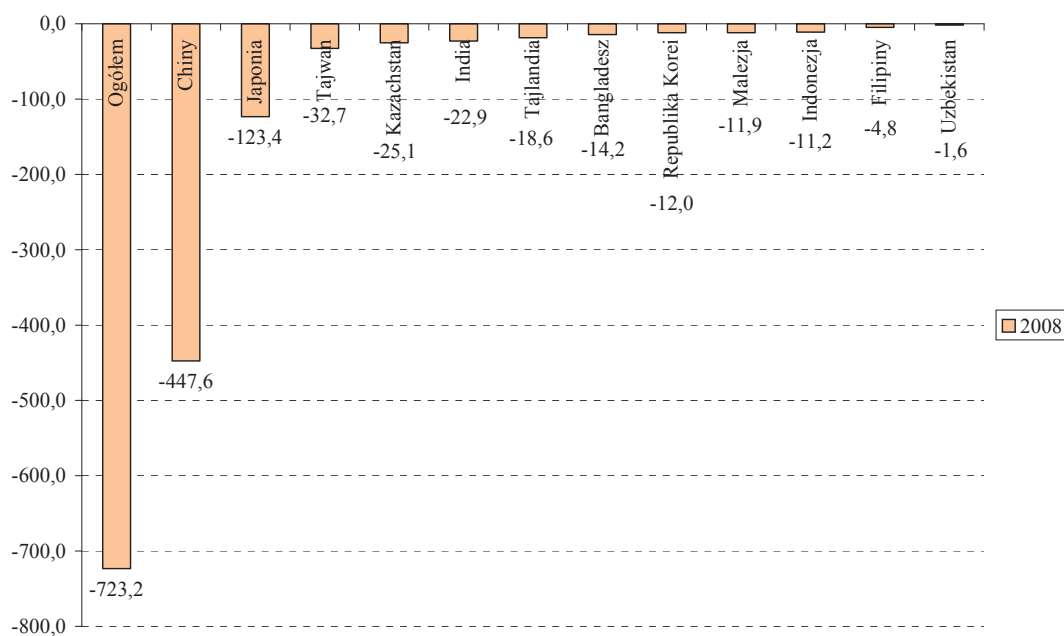
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W imporcie Małopolski bardzo dużą rolę odgrywają Chiny. Import z tego kraju w 2007 roku wyniósł 429 mln euro, co stanowiło ponad 57% całości importu województwa z krajów Dalekiego Wschodu. W roku 2008 import ten był większy, wyniósł 512 mln euro (udział pozostał na podobnym poziomie). Należy zwrócić też uwagę na wysoką dynamikę tego importu. W 2008 roku znaczny też był import z Japonii (133 mln euro). Wartość importu z pozostałych krajów nie przekroczyła progu 50 mln euro (tabela A8 w aneksie statystycznym).

Jak wiadomo, Chiny są obecnie bardzo dynamicznie rozwijającym się krajem, a jednym z podstawowych motorów wzrostu gospodarczego jest agresywny wzrost eksportu. Kraj ten wykorzystuje przede wszystkim niższe koszty pracy i „zalewa” wręcz rynki

światowe tańszymi produktami. Strategia eksportowa wykorzystuje wszystkie legalne, a czasem i nielegalne (dumping) metody. Z tego względu znacząca obecność Chin w handlu Małopolski nie jest zjawiskiem nietypowym, a raczej potwierdzeniem zdolności tego kraju do zwiększania eksportu w wielu regionach świata.

Jak już wcześniej wspomiano, w wymianie handlowej z Dalekim Wschodem Małopolska odnotowuje deficyt. Największe ujemne saldo powstaje w handlu z Chinami. W 2008 roku wynosiło ono -448 mln euro (tabela A9 w aneksie statystycznym). Warto zauważyć, że od 2000 roku deficyt w wymianie z tym krajem systematycznie się pogłębiał (w 2000 roku kształtował się na poziomie -104,4 mln euro).



Wykres 56: Saldo obrotów handlowych Małopolski z wybranymi krajami Dalekiego Wschodu w roku 2008 (mln EUR)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Skalę ujemnego salda w handlu Małopolski z Chinami czytelnie widać na wykresie 56. Jest ono wyższe niż powstające w handlu z wszystkimi innymi krajami Dalekiego Wschodu łącznie.

Struktura eksportu Małopolski na rynki krajów Dalekiego Wschodu ulega zmianom. Świadczą o tym znaczne wahania udziałów poszczególnych grup produktowych między rokiem 2007 i 2008. Najważniejszym produktem w eksporcie są chemikalia organiczne podstawowe (28,5% wartości eksportu ogółem roku 2007; 12,3% w roku 2008). Na liście najważniejszych produktów (z punktu widzenia wartości eksportu) kierowanego na rynki Dalekiego Wschodu, znajdują się też: maszyny specjalnego przeznaczenia pozostałe; rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru; żeliwo, stal i żelazostopy oraz wyroby ceramiczne ogniotrwałe. Pozostały eksport jest bardziej rozproszony. Skonstatować należy, że eksport Małopolski do krajów Dalekiego Wschodu charakteryzuje się znacznym rozproszeniem, jeżeli chodzi o strukturę produktową (tabela A10 w aneksie statystycznym).

W tabeli A11 w aneksie statystycznym przedstawiono najważniejsze produkty importowane z Dalekiego Wschodu. Listę otwierają pojazdy samochodowe. Drugą pozycję zajmują kurki i zawory. Ważne są także produkty rafinacji ropy naftowej oraz komputery, a także ubiory.

Jak już wspomniano, najważniejszym partnerem handlowym Małopolski w tym regionie świata są Chiny. Listę najważniejszych (z punktu widzenia wartości eksportu) towarów sprzedawanych do Chin przedstawiono w tabeli A12 w aneksie statystycznym. Najbardziej znaczącym produktem eksportowym są: chemikalia organiczne podstawowe (25%). Drugi miejsce zajmują

rudy metali nieżelaznych. Pozostały eksport jest bardziej rozproszony. Na liście dominują produkty o stosunkowo niskim stopniu przetworzenia.

W tabeli A13 w aneksie statystycznym przedstawiono najważniejsze produkty importowane z Chin. Listę otwierają kurki i zawory (9,1% wartości importu). Chiny są bardzo specyficznym partnerem handlowym, a ich ekspansja handlowa jest – jak już wspomniano, wynikiem bardzo niskich kosztów produkcji. Z teoretycznego punktu widzenia, do analizy prawidłowości handlu z tym krajem najbardziej przydatna jest teoria tzw. przewag absolutnych (a nie teoria przewag komparatywnych). Ze względu na niskie koszty pracy, nieprzestrzeganie standardów socjalnych oraz norm ochrony środowiska, kraj ten jest w stanie prawie wszystkie produkty wytwarzać taniej, niż czynią to konkurenci.

Rekapitulacja

Kraje Dalekiego Wschodu odgrywają znacznie większą rolę w imporcie Małopolski niż w eksporcie. Od 2000 roku Małopolska odnotowuje pogarszanie się bilansu obrotów w obrotach z tą grupą krajów. W 2008 roku ujemne saldo wyniosło -723 mln euro. Dynamika wzrostu importu jest bardzo wysoka. Bardzo prawdopodobne jest pogłębienie się nierównowagi w kolejnych latach. Główne produkty eksportowane z Małopolski na rynki krajów Dalekiego Wschodu to chemikalia organiczne, maszyny specjalnego przeznaczenia oraz rudy metali nieżelaznych. W imporcie dominują: pojazdy samochodowe, kurki i zawory oraz produkty rafinacji ropy naftowej. Najważniejszym partnerem handlowym Małopolski w tym regionie świata są Chiny.

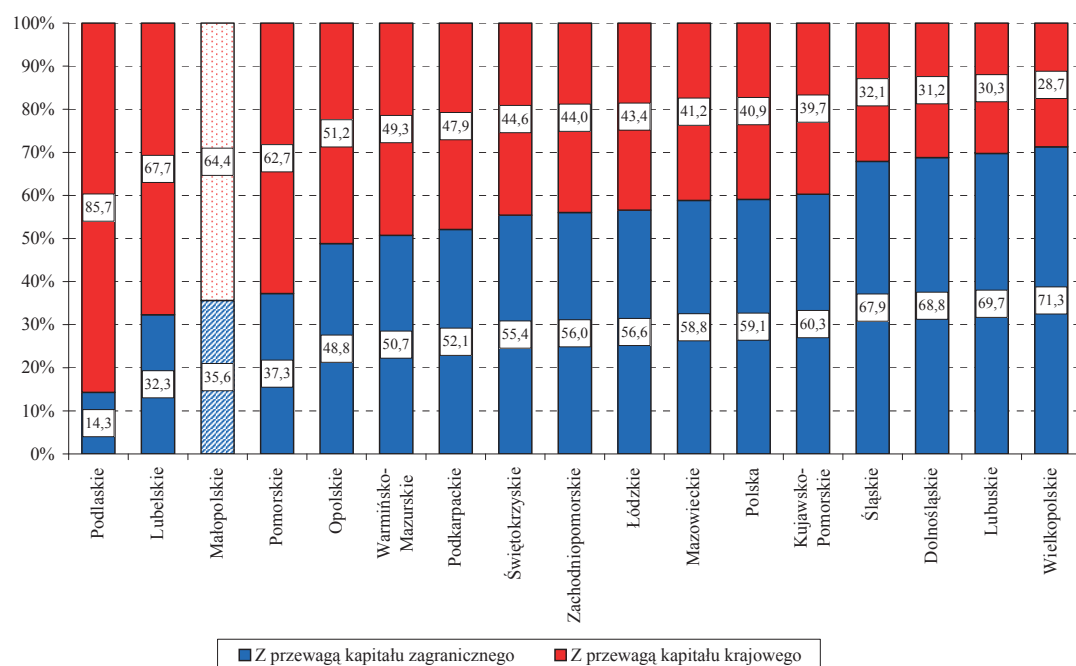
13. Struktura eksportu według form własności

13.1. Firmy z kapitałem zagranicznym w handlu zagranicznym, teoria oraz ocena w przypadku województw Polski

Blisko 60% eksportu Polski przypada na firmy z przewagą kapitału zagranicznego. Aktywność przedsiębiorstw z zagranicznym kapitałem zatem w decydującym stopniu wpływa na wielkość i strukturę handlu zagranicznego w województwach. Co więcej, firmy te – w porównaniu z krajowymi – charakteryzują się bardzo wysoką skłonnością do importu oraz eksportu, o czym świadczy np. wysoka relacja eksportu do przychodów ze sprzedaży¹¹. Często wchodzi one w skład korporacji ponadnarodowych, co pozytywnie wpływa na możliwości eksportowe, jako że eksportująca firma korzysta z kanałów dystrybucji korporacji ponadnarodowej, ukształtowanych kontaktów handlowych, wiedzy, doświadczenia itp. W ramach tego rodzaju powiązań rozwija się także handel wewnątrzgałęziowy.

Z teorii międzynarodowego przepływu kapitału wynika, że firmy z kapitałem za-

granicznym mają nad firmami rodzimymi określonego rodzaju przewagi konkurencyjne. John H. Dunning określa je jako przewagi: własności, lokalizacji oraz internalizacji. Wynikają one z dysponowania konkurencyjnymi zasobami produkcyjnymi, takimi jak prawnie strzeżona technologia i marka handlowa, sposób zarządzania produkcją, konkurencyjny system organizacji i marketingu, potencjał innowacyjny, zasób kapitału ludzkiego i doświadczenia, wyłączność lub uprzywilejowanie w dostępie do zasobów oraz informacji itp. Zasoby te wykorzystywane są w krajach oferujących korzystne warunki, takie jak np. niskie koszty pracy oraz dostęp do wykwalifikowanej pracy czy ulgi i zachęty inwestycyjne. Internalizacja natomiast stwarza szansę na redukcję kosztów transakcyjnych poprzez: zmniejszenie kosztów obsługi transakcji, uniknięcie kosztów prawnej ochrony własności, subsydowanie transakcji między filiami lub filii przez przedsiębiorstwo macierzyste, manipulowanie cenami przy realizacji obrotów między filiami¹².



Wykres 57: Struktura eksportu województw Polski według form własności w roku 2008 (%)

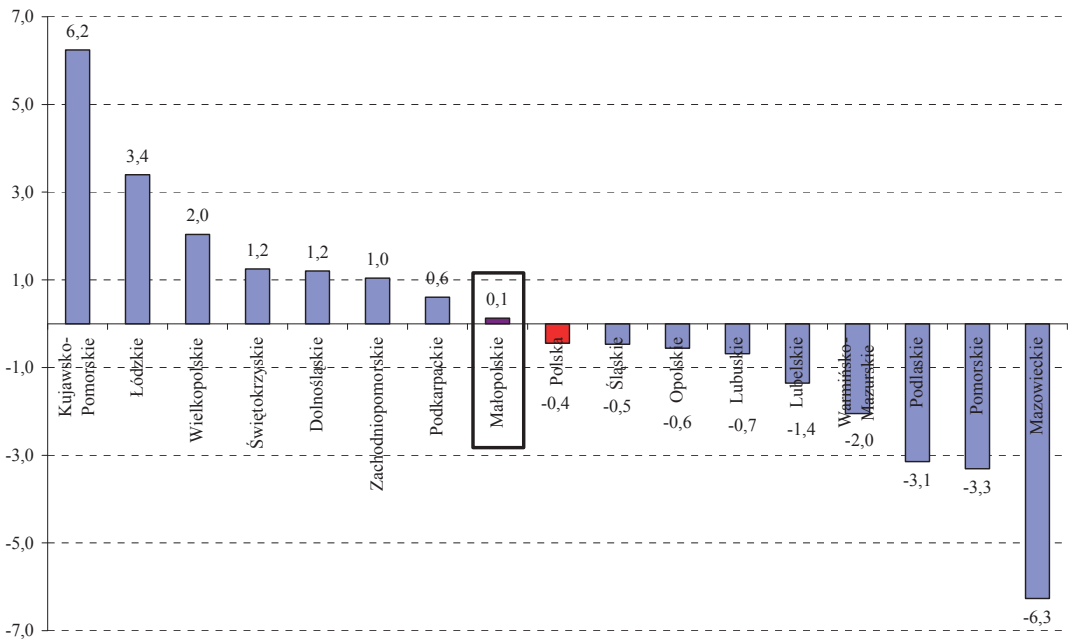
Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

11 Ciółek D., Umiński S., „Transfer technologii przez zagranicznych inwestorów”, *Ekonomista* 2007 (2), str. 225.

12 Dunning J. H. (1993) „Multinational Enterprises and the Global Economy”, Addison-Wesley Publishing Company, Wokingham England, s. 142-154.

W porównaniu z pozostałymi województwami, w Małopolsce udział firm z przewagą własności zagranicznej nie jest wysoki. W roku 2008 wyniósł 35,6%; niższy jest tylko w dwóch województwach: podlaskim i lubelskim. Firmy z przewagą własności zagranicznej odgrywają największą rolę w eksporcie województwa wielkopolskiego (71,3%), lubuskiego (69,7%), dolnośląskiego (69%) oraz Śląska (68%).

W roku 2008 udział firm własności zagranicznej w eksporcie Polski praktycznie pozostał na niezmiennym poziomie. Największy wzrost tego udziału nastąpił w województwach: kujawsko-pomorskim (6,2 pkt. proc.) oraz w łódzkim (3,4 pkt. proc.). Znaczny spadek udziału firm z przewagą zagranicznej własności wystąpił natomiast w województwie mazowieckim (-6,3 pkt. proc.), a także w pomorskim i podlaskim (w granicach -3%).



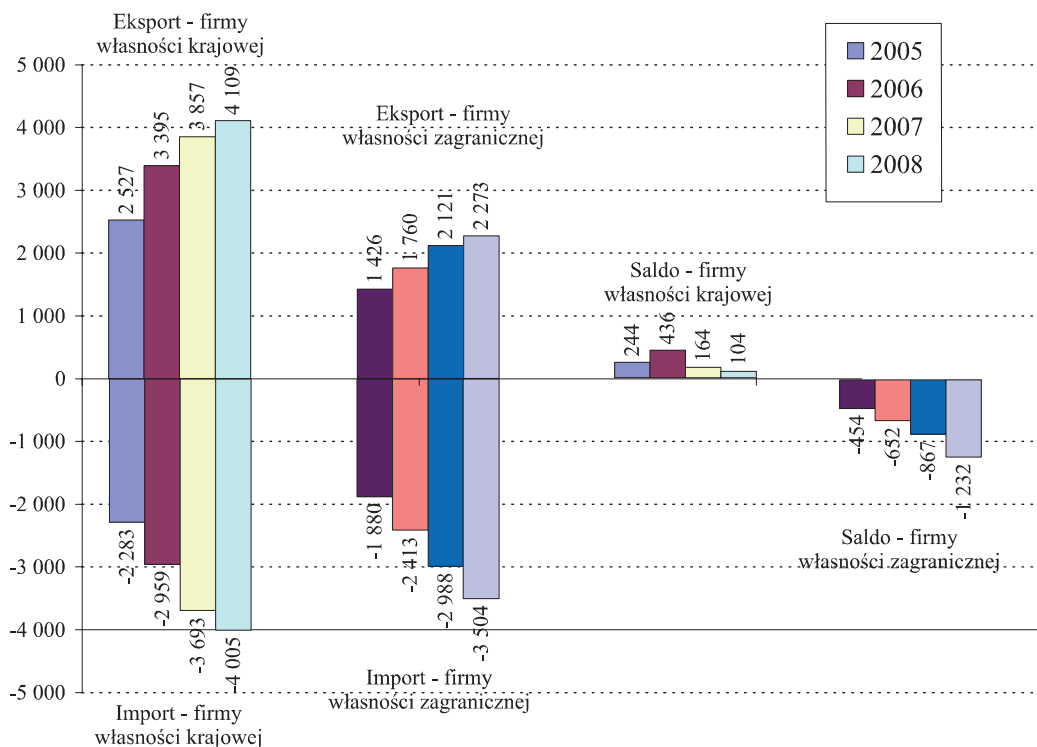
Wykres 58: Zmiana udziału firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województw w roku 2008 w stosunku do roku 2007 w punktach procentowych

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

13.2. Firmy własności zagranicznej w handlu Małopolski

Wykres 59 przedstawia obroty handlu zagranicznego według form własności w Małopolsce w latach 2005-2008. Eksport firm z przewagą własności zagranicznej wzrósł w tym czasie z poziomu 1,4 mld euro do

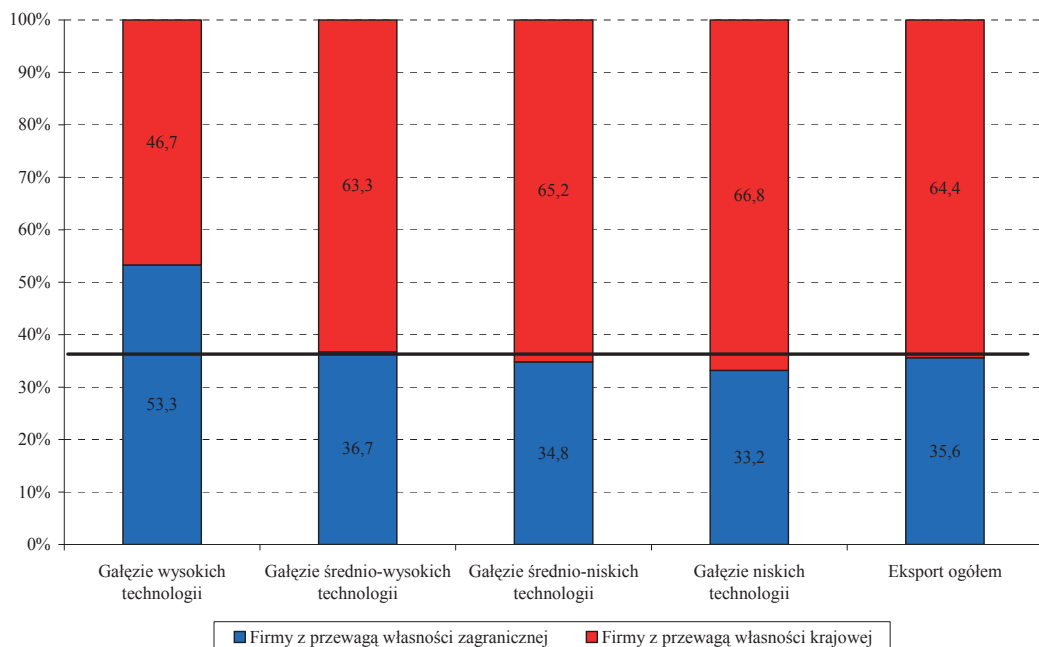
2,3 mld euro. Import jednak zwiększał się w tempie szybszym (z 1,9 mld euro do 3,5 mld euro), skutkiem czego ujemne saldo obrotów pogłębiło się z -0,45 mld euro do -1,2 mld euro. W tym samym okresie firmy własności krajowej generowały dodatnie saldo obrotów (104 mln euro w 2008 roku).



Wykres 59: Eksport, import oraz saldo obrotów województwa Małopolskiego w podziale na firmy własności krajowej i zagranicznej w latach 2005-2008 (mln euro)
 Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

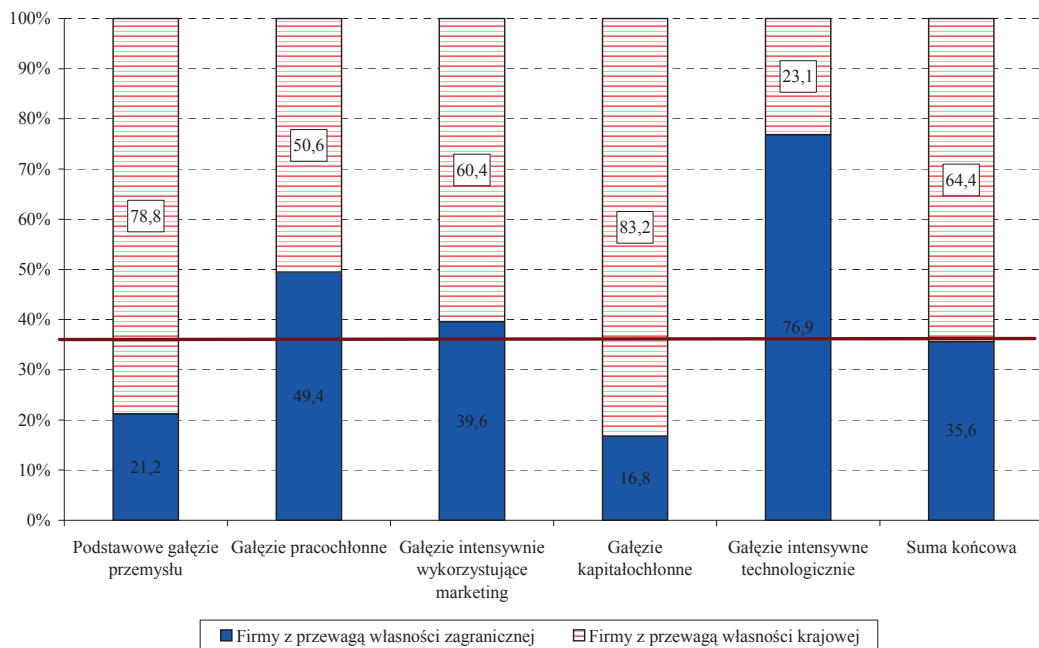
Porównanie struktury eksportu firm według form własności oraz według klas proporcji czynników produkcji pozwala na uchwycenie przewag komparatywnych firm z przewagą własności zagranicznej względem firm z przewagą własności krajowej. Jak już wspomniano, wykorzystane zostały dwie – różniące się – klasyfikacje: OECD oraz WIFO1. Wnioski dotyczące sektora wysokich technologii wynikające z analizy według obu klasyfikacji są jednak bardzo podobne. Firmy z przewagą własności zagranicznej mają znacznie większy udział w eksporcie małopolskich produktów wysokich technologii (technologicznie intensywnych),

niż w eksporcie województwa ogółem. Jak już wspomniano, udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województwa wynosi 35,6%. Udział tych firm w eksporcie produktów wysokich technologii według klasyfikacji OECD jest znacznie wyższy i kształtuje się na poziomie 53,3%, natomiast według klasyfikacji WIFO1 wynosi 76,9%. Wskazuje to jednoznacznie na przewagi komparatywne firm z przewagą kapitału zagranicznego w zakresie produktów *high-tech*. Biorąc pod uwagę klasyfikację WIFO1 wysokie udziały firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie Małopolski dotyczą także gałęzi pracochłonnych.



Wykres 60: Struktura eksportu Małopolski według klasyfikacji OECD oraz według form własności w 2008 roku (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

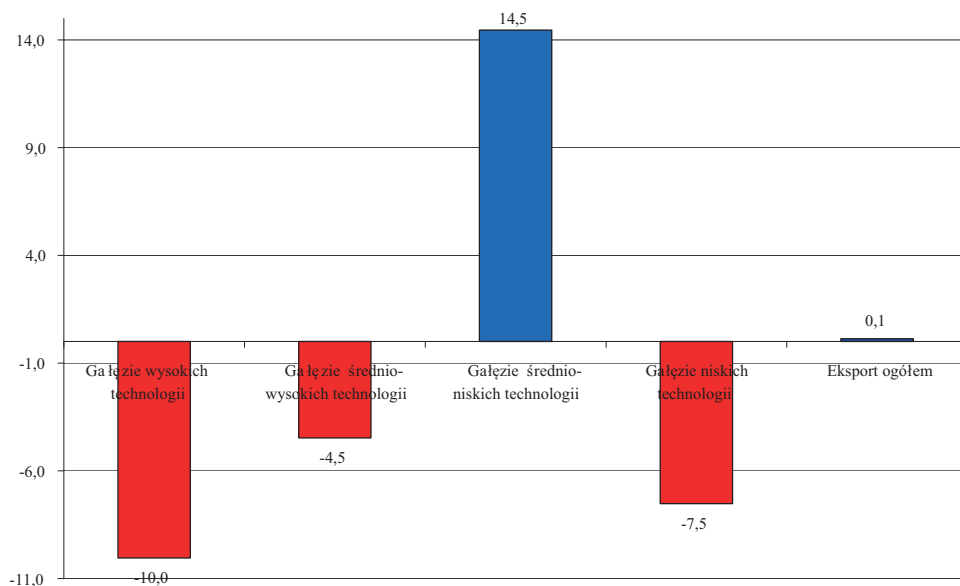


Wykres 61: Struktura eksportu Małopolski według klasyfikacji WIFO1 oraz według form własności w 2008 roku (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

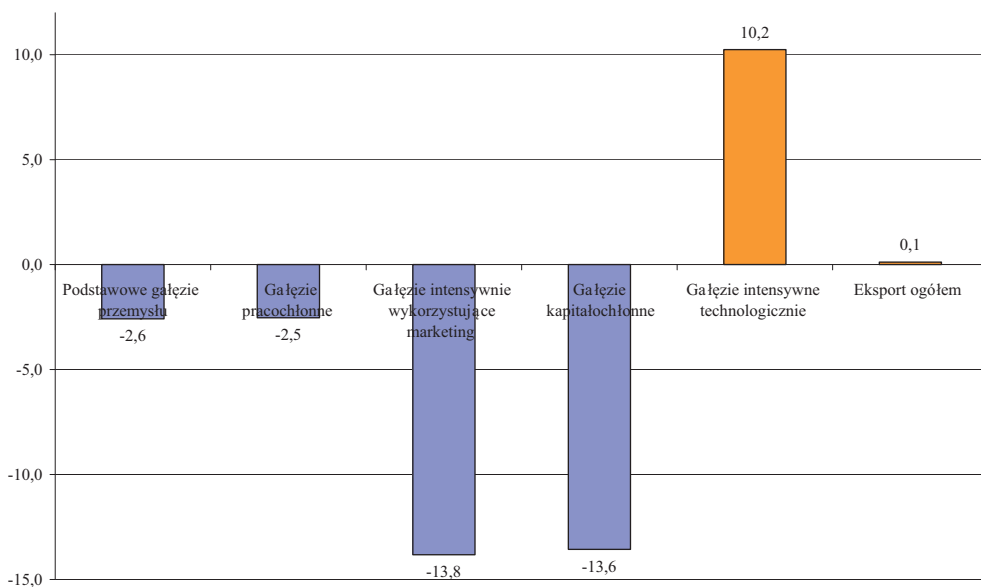
Z punktu widzenia imperatywu wzrostu konkurencyjności i zmiany struktury eksportu w kierunku produktów o wysokim zaawansowaniu technologicznym warto przyrzeć się zmianom roli firm z zagranicznym kapitałem w eksporcie w latach 2007-2008 (według proporcji czynników produkcji).

W roku 2008, w stosunku do roku poprzedniego, udział tych firm w eksporcie gałęzi wysokich technologii Małopolski zmalał o 10 pkt. proc., natomiast według WIFO1 udział tych firm w sprzedaży produktów technologicznie intensywnych zwiększył się (o 10,2) pkt. proc.



Wykres 62: Zmiana udziału firm własności zagranicznej w eksporcie grup produktów według klasyfikacji OECD między rokiem 2007 i 2008 (pkt. proc.)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



Wykres 63: Zmiana udziału firm własności zagranicznej w eksporcie grup produktów według klasyfikacji WIFO1 między rokiem 2007 i 2008 (pkt. proc.)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Firmy z przewagą zagranicznej własności w różnym stopniu uczestniczą w eksporcie poszczególnych produktów. W przypadku pojazdów samochodowych, 98% eksportu Małopolski przypada na firmy z zagranicznym kapitałem. W zakresie wyrobów ceramicznych ogniotrwałych, udział ten wynosi 97,7%, sucharów i sucharków, herbatników itp. 95,4%. Stwierdzić trzeba, że wysokim

udziałom firm z przewagą zagranicznego kapitału w grupach produktowych nie musi towarzyszyć wysoki udział tych branż w eksporcie Małopolski. Dobrą ilustrację stanowią tutaj druty i przewody izolowane. Jest to najważniejszy produkt w eksporcie Małopolski, przy czym firmy z przewagą zagranicznej własności w jego eksporcie nie uczestniczą.

Tabela 27: Udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie według grup produktowych w 2008 roku

	(1)	(2)	(3)	(4)
Pojazdy samochodowe	98,1	481,6	429,3	9,5
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	97,7	23,2	37,1	1,4
Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastk. o przedł. trwałości	95,4	9,3	17,4	1,0
Opakowania z metali lekkich	84,6	131,9	16 195,5	2,5
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	78,2	-49,1	-18,4	4,3
Wyroby z gumy	62,3	-2,2	-3,6	1,5
Aluminium i wyroby z aluminium	50,7	103,6	187,4	4,9
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	45,3	-139,7	-48,7	5,1
Kurki i zawory	37,5	-52,1	-57,7	1,6
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	34,0	-62,2	-45,0	3,5
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	32,4	1,9	9,7	1,0
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	31,3	4,8	16,1	1,7
Maszyny ogólnego przeznaczenia	28,2	-47,3	-60,0	1,8
Maszyny specjalnego przeznaczenia	26,5	8,2	54,3	1,4
Konstrukcje metalowe	19,1	5,4	52,6	1,3
Wyroby metalowe gotowe	11,0	0,4	3,9	1,5
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	10,8	12,1	7 062,1	1,8
Produkty rafinacji ropy naftowej	9,5	5,4	115,0	1,7
Szkło gospodarcze	9,0	-0,1	-1,1	1,0
Żeliwo, stal i żelazostopy	1,6	1,8	164,6	3,0
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	1,0	-120,8	-98,7	2,5
Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	0,9	0,0	8,8	1,0
Chemikalia organiczne podstawowe	0,7	0,6	233,5	1,7
Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	0,0	-0,1	-90,1	1,1
Druty i przewody izolowane	0,0	-10,9	-99,6	11,3
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	0,0	0,0	-100,0	2,1
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	0,0	0,0	-100,0	1,0

Objaśnienia do tabeli:

- (1) - Udział firm własności zagranicznej w eksporcie grupy produktowej wg. PKWiU (%)
- (2) - Zmiana wartości eksportu firm własności zagranicznej w mln EUR w latach 2008-2007
- (3) - Zmiana wartości eksportu firm własności zagranicznej 2008-2007 jako % wartości z 2007 roku
- (4) - Udział PKWiU w eksporcie Małopolski ogółem w 2008 roku (%).

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

W 2008 roku (w stosunku do 2007 roku), bardzo dynamiczny wzrost eksportu firm z przewagą własności zagranicznej dotyczył pojazdów samochodowych (o 482 mln euro). Wysoka dynamika zmian dotyczyła też: opakowań z metali lekkich, aluminium i wyrobów z aluminium, tworzyw sztucznych w formach podstawowych, żeliwa, stali i żelazostopów oraz chemikaliów organicznych. Jak już wspomniano, w latach 2005-2008, firmy z przewagą własności zagranicznej uczestniczące w handlu zagranicznym Małopolski odnotowywały coraz większy deficyt. Warto przeanalizować jak wyglądał rozkład salda w poszczególnych grupach produktowych. Tabele A14 i A15 w aneksie statystycznym prezentują saldo obrotów handlowych firm z przewagą zagr. własności w 2008 roku. Saldo firm z przewagą zagranicznej własności w przypadku każdej grupy produktów porównane zostało do salda wypracowywanego przez firmy z przewagą własności krajowej.

Największa nadwyżka charakterystyczna jest dla następujących grup produktowych: pojazdy samochodowe (423,9 mln euro), wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów (179,9 mln euro), opakowania z metali lekkich (119,2 mln euro), wyroby ceramiczne ogniotrwałe (72,2 mln euro), gazety, dzienniki i czasopisma (50,7 mln euro).

Największa nadwyżka importu nad eksportem dotyczy natomiast: produktów rafi-

nacji ropy naftowej (-667 mln euro), części i akcesoriów do pojazdów samochodowych i ich silników (-177,4 mln euro), aluminium i wyrobów z aluminium (-136,7 mln euro), owoców, orzechów i rośliny wykorzystywanych do produkcji napojów (-136,6 mln euro), nadwozi do pojazdów samochodowych; przyczep i naczep (-128,7 mln euro) oraz papieru i tektury (-110,6 mln euro).

Rekapitulacja

Eksport Polski w znacznym stopniu kształtowany jest przez firmy z udziałem kapitału zagranicznego. Na tle innych województw, Małopolskę cechuje jednak relatywnie niski udział firm własności zagranicznej w eksporcie (35,6% w roku 2008). Udział firm z kapitałem zagranicznym w imporcie województwa od trzech lat kształtuje się na poziomie około 45-47%.

Największy udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie poszczególnych produktów obserwowany jest w przypadku: pojazdów samochodowych, wyrobów ceramicznych ogniotrwałych oraz sucharów i sucharków, herbatników. Firmy z przewagą własności zagranicznej w latach 2005-2008 w handlu zagranicznym Małopolski odnotowywały coraz większy deficyt. Firmy te przede wszystkim mają wysoki udział w eksporcie produktów zaliczanych do wysokich technologii. W tym zakresie mają wyraźną przewagę nad eksporterami rodzimymi.

14. Prognozy strumieni handlu zagranicznego w Małopolsce

Prognozowanie rozwoju sytuacji w handlu zagranicznym, zwłaszcza na poziomie gospodarek regionalnych, jest zadaniem bardzo trudnym. Wynika to przede wszystkim z wielości i różnorodności czynników wpływających na eksport i import. Rozwój sytuacji w eksporcie zależy od popytu z zagranicy, ten natomiast zależy od światowej koniunktury, względem której prognozy są bardzo rozbieżne. W odniesieniu do rozwoju sytuacji gospodarczej na świecie formułowane są bardzo różne scenariusze. Zdaniem Nouriel Rubini, prezesa Roubini Global Economics oraz profesora Stern School of Business, obecna recesja, która jest najpoważniejszym załamaniem koniunktury w USA i na świecie od ponad 60 lat, raczej nie ma i nie będzie miała przebiegu na kształt litery V (szybki spadek, po którym następuje szybki wzrost, co wskazywałoby na jej krótkotrwałość i płytkość). Będzie ona miała raczej kształt litery U, czyli będzie dłuższa i głębsza. Formułowane są też bardziej pesymistyczne prognozy, zgodnie z którymi o recesji należy raczej myśleć w kategoriach litery L, czyli jako o długotrwałej stagnacji. Nouriel Roubini twierdzi¹³, że na początku 2010 roku przestaną być widoczne skutki stymulowania gospodarki, co będzie wymagało zwiększenia popytu sektora prywatnego. Będzie to jednak bardzo trudne ze względu na spadającą konsumpcję gospodarstw domowych, redukcję produkcji przemysłowej oraz rosnące bezrobocie. Spowolnienie wzrostu gospodarczego oczekiwane w dłuższej perspektywie wynikać będzie z konieczności spłaty długów przez gospodarstwa domowe, a także z trudnej sytuacji sektora finansowego i oczekiwanej słabej dynamiki wzrostu akcji kredytowej. Podobne pesymistyczne, długookresowe prognozy formułuje prof. Norbert Walter, główny ekonomista Deutsche Banku. Jego zdaniem, nawet po obecnym kryzysie gospodarczym, europejska gospodarka nie będzie rosła w tempie wyższym niż jeden procent rocznie¹⁴. Powrót do szybkiego wzrostu z lat 2002-2008 nie jest możliwy.

Wzrost w tym okresie był wyjątkowo dynamiczny i nie powtórzy się.

Popyt na produkty oferowane przez eksporterów z Małopolski zależy także od ich pozycji konkurencyjnej (na zagranicznych rynkach) na tle innych dostawców, w tym także z krajów Dalekiego Wschodu. Z drugiej strony, eksport warunkowany jest przez czynniki endogeniczne, takie jak: struktura przemysłu w regionie, znajomość rynków zbytu, skuteczność strategii eksportowych, intensywność kontaktów handlowych z odbiorcami z różnych krajów. W czasie światowej recesji, eksporterzy doświadczają spadku popytu na najważniejszych rynkach zbytu. W związku z tym odczuwają także wzrost konkurencji ze strony innych dostawców. Jak wynika z deklaracji wielu eksporterów, „na rynku zrobiło się ciasno”, co oznacza, że trudno o spektakularny wzrost eksportu, zwłaszcza taki wzrost, jaki odnotowany został w Polsce bezpośrednio przed i po akcesji do UE. Członkostwo w UE bez wątpienia jest faktem, który w ostatnich latach w największym stopniu wpłynął na handel zagraniczny Polski. To w sferze handlu zagranicznego, zgodnie z przewidywaniami – najszybciej i najwyraźniej ujawniły się jego skutki. Działania podmiotów biorących udział w handlu zagranicznym widoczne były już jednak znacznie wcześniej, gdyż wystąpił efekt tzw. antycypowanego otwarcia rynku unijnego. Nie wszyscy eksporterzy w jednakowy sposób zareagowali na pozytywne impulsy w handlu zagranicznym wynikające z akcesji Polski do UE. W Małopolsce widoczne jest „zawirowanie” dotyczące wartości eksportu, importu oraz salda. Rok 2003 był okresem oczekiwania na członkostwo Polski w UE. Był to rok niepewności, co do skutków członkostwa. W roku tym dynamika wzrostu eksportu firm Małopolski nieznacznie zmniejszyła się. W roku 2004, gdy Polska weszła do UE, wartość eksportu Małopolski wzrosła, warto jednak przypomnieć, że rok 2004 to spadek udziału województwa w eksporcie ogólnopolskim, co oznacza, że eksport innych województw cechował się większą dynamiką.

Wskazać należy także na bardzo ważny czynnik, jakim jest obecność w regionie firm

13 N. Roubini, „Dno jeszcze przed nami”, Gazeta Wyborcza, 21.08.2009.

14 N. Walter, „Europejczycy muszą wziąć się do roboty”, Gazeta Wyborcza, 06.07.2009.

z udziałem kapitału zagranicznego. Jak już wcześniej wspomniano, cechują je – w porównaniu z firmami rodzimymi – znacznie większe możliwości eksportowe. Wynikają one z tego, co w teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich określane jest mianem „przewag wynikających z własności”. Chodzi przede wszystkim o doświadczenie w działaniu na rynkach zagranicznych, dostęp do sieci dystrybucji, korzyści wynikające ze skali działania, lepszy dostęp do kapitału itp. Ponadto ważne są powiązania handlowe w ramach korporacji ponadnarodowych, w których firmy polskie uczestniczą w coraz większym stopniu i dzięki którym rozwija się handel wewnątrzgałęziowy. Pierwsze lata po akcesji Polski do UE były przełomem w zakresie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) do Polski. Napływ zagranicznych inwestycji bezpośrednio przełożył się na sytuację w handlu zagranicznym. Należy przypomnieć, że około 60% eksportu Polski realizowane jest przez firmy z przewagą kapitału zagranicznego. Jak oceniają eksperci z Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur¹⁵, już w okresie 6 kwartałów po dokonaniu inwestycji przez zagranicznego inwestora, dostrzegalny jest wyraźny impuls eksportowy. Skutkiem napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych o wartości 1 mld euro jest wzrost eksportu o ponad 0,5 mld euro. Według Instytutu, inwestycja o wartości 1 mld euro w długim okresie przynosi średnio wzrost eksportu łącznie o 3,3 mld euro. W krótkim okresie, napływ BIZ wiąże się z poważnym impulsem importowym, jednak – według Instytutu Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur – skumulowany długookresowy efekt netto, rozumiany jako różnica między eksportem wygenerowanym przez zagraniczną inwestycję, a importem potrzebnym do jej funkcjonowania, jest dodatni i wynosi 0,8 mld euro z każdego zainwestowanego miliarda euro. Jak już wcześniej wspomniano, w Małopolsce udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie pozostaje na niskim poziomie, mimo, że w rankingach atrakcyjności inwestycyjnej województw, region zajmuje wysoką, piątą pozycję¹⁶. W roku 2008 udział

firm z kapitałem zagranicznym w eksporcie (w porównaniu z rokiem 2007) praktycznie nie uległ zmianie.

Opracowując prognozę handlu zagranicznego dla województwa, zasadniczy dylemat dotyczy tego, jaki okres przyjąć za podstawę dla prognozy. Dysponujemy danymi od roku 1995¹⁷, jednakże ze względu na członkostwo w UE, prognoza oparta została na danych od roku 2000. Przyjmujemy założenie, że członkostwo w UE – antycypowane oraz „dokonane” – w zasadniczym stopniu zmieniło sytuację w handlu zagranicznym. W porównaniu z poprzednimi opracowaniami i prognozami, w roku bieżącym skracamy horyzont prognozy i formułujemy ją na trzy lata do przodu. Obejmuje ona zatem lata 2009-2011. Krótszy horyzont prognozy wynika ze światowego kryzysu gospodarczego i ze znacznej niepewności co do jego przebiegu, głębokości itp.

Dynamika wzrostu eksportu Małopolski wyraźnie przyspieszyła w roku 2004, jednak w tempie mniejszym niż w pozostałych województwach. Lata 2005 i 2006 to okres bardzo dużej dynamiki wzrostu eksportu, której towarzyszył istotny wzrost udziału Małopolski w eksporcie ogólnopolskim z 5,2% w roku 2004 do 6,3% w roku 2006. Rok 2007 przyniósł osłabienie dynamiki wzrostu eksportu – udział województwa w eksporcie Polski pozostał praktycznie bez zmian. Rok 2008 przyniósł dalszy, poważny spadek dynamiki eksportu. Jego wartość wyrażona w euro, względem roku 2007, wzrosła o 6,7% (było to niższe tempo wzrostu niż dla Polski ogółem). Jeśli wartość eksportu poddamy analizie, wyrażoną w złotych, to w 2008 roku względem roku 2007, eksport zmalał o 2%, natomiast w USD wzrósł o 16,1%. Spadek wartości eksportu województwa liczonego w złotych wynika z aprecjacji złotego w pierwszej połowie 2008 roku.

Zastanawiając się nad przyczynami spadku dynamiki wzrostu eksportu w roku 2008, wskazać można na czynniki natury strukturalnej oraz koniunkturalnej. Wśród czynników strukturalnych wymienić należy:

- wyczerpanie tzw. prostych rezerw wzrostu eksportu do UE, które po wejściu do UE, w związku z wyeliminowaniem ostatnich barier dostępu do rynków umożliwiły bardzo dynamiczny wzrost eksportu,
- w przypadku wielu firm pojawiły się tzw.

15 Ministerstwo Gospodarki, Departament Analiz i Prognoz, „Wpływ akcesji do UE na polski handel zagraniczny”, Warszawa 2007s, 16.

16 Kalinowski T., red., et all., (2008) „Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2008”, IBnGR, Gdańsk.

17 Szacunki w latach 1995-1999, przeliczone z układu 49 na 16 województw.

wąskie gardła, np. w dostępie do surowców, czy brak pracowników,

- w pierwszej połowie 2008 roku silnej aprecjacji podlegał złoty. Jak wiadomo, umocnienie złotego negatywnie wpływa na opłacalność eksportu. Według NBP, w połowie 2008 roku odsetek podmiotów, dla których kurs złotego względem euro przekroczył graniczny poziom opłacalności eksportu wyniósł 42%¹⁸. Aprecjacja złotego negatywnie wpływa na konkurencyjność eksportu, sprzyja natomiast importowi. W roku 2009 mamy do czynienia z diametralnie inną sytuacją. Eksportowi polskich firm sprzyja słaby złoty. Problemem jest jednak – tak jak pod koniec 2008 roku – słaby popyt zagraniczny. Jak wynika z analiz NBP¹⁹, wśród eksporterów przybywa tzw. eksporterów niewyspecjalizowanych, w przypadku których podstawowym rynkiem zbytu jest rynek krajowy. Spada także udział sprzedaży eksportowej w przychodach ze sprzedaży ogółem.

Wśród czynników natury koniunkturalnej przede wszystkim problemem jest kryzys gospodarczy, który wpływa na spadek popytu, aczkolwiek łagodzony jest – jak już wspomniano – przez słabego złotego. Słaby złoty ma jednak negatywny wpływ na konkurencyjność oferty eksportowej tych producentów, w przypadku których eksport wymaga znacznego wsadu produktów pośrednich pochodzących z importu. Rok 2008 według NBP był okresem, w którym miał miejsce spadek wartości wskaźnika tzw. nowych umów eksportowych, co jednoznacznie potwierdzało złą sytuację w eksporcie. Dynamika handlu zagranicznego (eksportu i importu) Małopolski wykazuje wysoki stopień korelacji z handlem zagranicznym Polski. Współczynnik korelacji dla eksportu w latach 1995-2008 wynosi 98,9%, dla importu natomiast 98,7%, natomiast w latach 2000-2008 dla eksportu 99,7%, dla importu natomiast 99,6%. W związku z tym, do prognozy handlu zagranicznego Małopolski wykorzystane zostały prognozy dotyczące Polski ogółem. W obliczeniach – podobnie jak w roku ubiegłym – wykorzystano prognozy koniunktury gospodarczej opublikowane przez Centrum Analiz Społeczno-Eko-

nomicznych²⁰. Dotyczą one – obok innych podstawowych wielkości ekonomicznych – także eksportu i importu denominowanego w euro, w roku 2009 i 2010.

Podobnie jak w minionych latach, przygotowane zostały trzy warianty prognozy.

Wariant pierwszy określić możemy jako „**podążanie za rozwojem sytuacji w eksporcie ogólnopolskim**”, bazuje on w znacznym stopniu na prognozach dla Polski. Eksport (liczony w euro) w roku 2009 spadnie o 16,%, w roku 2010 spodziewany jest wzrost wartości eksportu o 11,5%. Dynamika tego wzrostu utrzymuje się w 2011 roku. Import natomiast w 2008 roku zmaleje o 22,6%, w 2010 roku rośnie o 9,9%. W roku 2011 rosnący popyt krajowy prowadzi do wzrostu dynamiki importu do 15%.

W 2009 roku dochodzi do poprawy salda obrotów (z -1,13 mld euro w roku 2008 do -0,52 mld). Do 2011 roku saldo ulega jednak nieznacznie pogorszeniu, ze względu na rosnący popyt krajowy, w roku 2011 wynosi -0,76 mld euro. Scenariusz ten można określić też mianem umiarkowanie optymistycznego ze względu na fakt, że do roku 2011, spodziewana jest poprawa salda obrotów handlowych. Szanse na jego realizację zależą przede wszystkim od tego, czy spełni się scenariusz „wyhamowania” importu w roku 2009, czyli szybszego spadku jego wartości, niż eksportu.

Drugi wariant prognozy określamy mianem „**pogorszenie warunków eksportu**”. Obserwacja tendencji w handlu zagranicznym Małopolski prowadzi do wniosku, że spadek dynamiki eksportu w 2008 roku (względem roku poprzedniego) był głębszy, niż dla Polski ogółem. Dynamika wzrostu importu była dwukrotnie wyższa, niż eksportu. Jeśli taki trend utrzymałby się w następnych latach, doprowadziłoby to do dalszego pogarszania salda obrotów. W tym wariantcie prognozy, eksport w roku 2009 maleje o 16,3%, w roku 2010 oraz 2011 tempo jego wzrostu jest dodatnie, pozostaje jednak na niskim poziomie: 5% w roku 2010 oraz 9% w 2011. Import w roku 2009 maleje o 10% (jest to zatem mniejszy spadek dynamiki importu, niż w wariantcie pierwszym), od roku 2010 dynamika importu przyspiesza, ze względu na odbudowujący się popyt krajowy. Prognozowana wartość

18 NBP, Instytut Ekonomiczny, „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w III kw 2008”, lipiec 2008, s. 45.

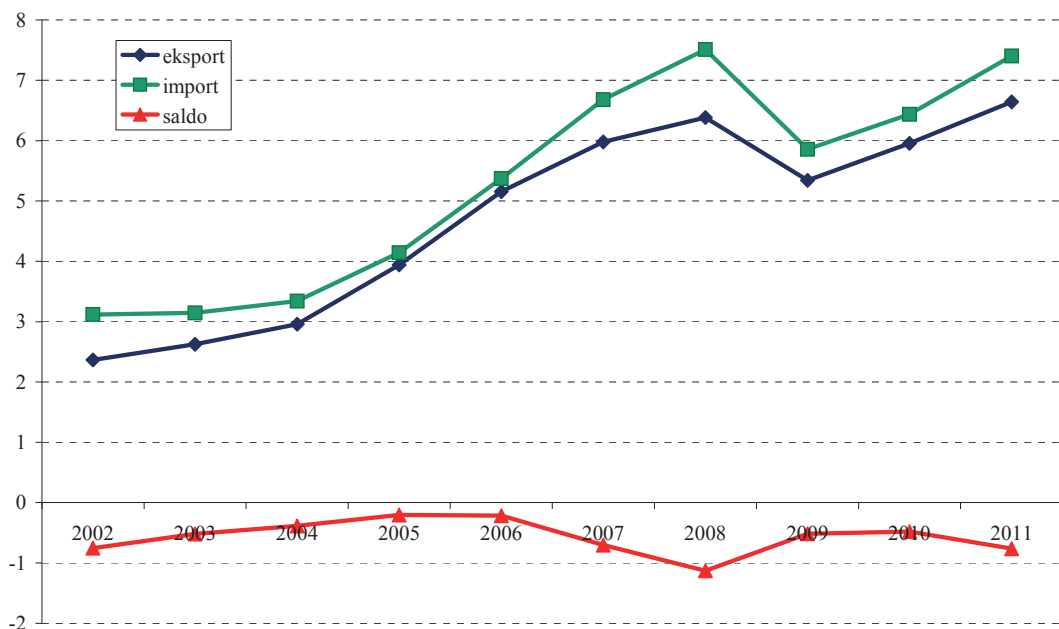
19 NBP, Instytut Ekonomiczny, „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w II kw oraz prognoz na III kw 2009”, lipiec 2009, s. 21.

20 CASE (Centrum Analiz Społeczno Ekonomicznych), „Polish Economic Outlook. Trends, Analyses, Forecasts”, Quarterly 2/2009(41), s. 2.

eksportu w 2011 roku wynosi 6,1 mld euro, importu 8,5 mld euro, natomiast saldo równe jest - 2,4 mld euro. Scenariusz taki może zaistnieć, gdy spadnie dynamika wzrostu gospodarczego na świecie, co przełoży się na spadek popytu na polskie produkty, konkurencyjność eksporterów ulegnie redukcji, ze względu na przykład na aprecjację złotego, przy – dodatkowo – rosnących kosztach produkcji (wzrost płac, wzrost cen energii elektrycznej i gazu). Taki scenariusz jest bardzo prawdopodobny przy światowym kryzysie gospodarczym, którego przebieg przyjąłby kształt litery U lub L.

Wariant trzeci określamy jako „**zmiana w eksporcie**”. Dynamika wzrostu eksportu ulega zmniejszeniu w 2009 roku. Od 2010 roku eksport zaczyna jednak ponownie, dynamicznie wzrastać. Dynamika importu jest podobna jak w scenariuszu drugim. Eksport w 2011 roku wynosi 8,1 mld euro, import 8,5 mld euro. Ujemne saldo, które do 2008 ulegało pogłębieniu, od roku 2009 poprawia się i w roku 2011 roku wynosi - 0,4 mld euro. Realizacja wariantu trzeciego prognozy będzie możliwa tylko, jeśli w gospodarce Małopolski pojawią się silne impulsy pro-

eksportowe. Mogą one wynikać zasadniczo z dwóch źródeł. Po pierwsze, realizowane przez firmy strategie eksportowe, prowadzą z czasem do poważnego wzrostu eksportu. Lata 2008-2009, w których dynamika eksportu ulega spadkowi, są okresem przygotowania do powrotu na „ścieżkę” dynamicznego wzrostu sprzedaży na zagraniczne rynki. Taki scenariusz jest jednak mało prawdopodobny. Drugie źródło wzrostu eksportu – i jest to scenariusz bardziej prawdopodobny – wiązać może się z dyskontowaniem przez Małopolskę wysoko ocenianej atrakcyjności inwestycyjnej. Jak na razie, udział firm własności zagranicznej jest niski. Ponadto firmy z zagranicznym kapitałem w Małopolsce generują ujemne saldo obrotów. Nie można jednak wykluczyć, że w województwie ulokowana zostanie proeksportowo nastawiona inwestycja (inwestycje), której obecność zaowocuje poważnym zdynamizowaniem eksportu. Sprzyjać temu będzie spodziewana poprawa koniunktury na świecie. Jak wiadomo, dynamika przepływów kapitałowych, w tym napływu kapitału zagranicznego w formie inwestycji bezpośrednich, jest silnie skorelowana ze wzrostem PKB.



Wykres 64: I wariant prognozy handlu zagranicznego Małopolski (mld EUR)

Źródło: Opracowanie własne



Wykres 65: II wariant prognozy handlu zagranicznego Małopolski (mld EUR)

Źródło: Opracowanie własne



Wykres 66: III wariant prognozy handlu zagranicznego Małopolski (mld EUR)

Źródło: Opracowanie własne

15. Analiza clusters

Jednym z problemów, na który napotyka my badając handel zagraniczny jest szczególność danych statystycznych. Dezagregacja poziomu analizy do województw, z jednoczesnym uwzględnieniem kierunków geograficznych handlu wraz ze strukturą produktową oraz własnościową jest ewidentną korzyścią, stwarzającą możliwość dokładnego określenia charakteru handlu zagranicznego na poziomie regionalnym, z drugiej natomiast analizując cały szereg szczegółowych danych, w kilkuletnich szeregach czasowych, trudno jest uchwycić najważniejsze prawidłowości i tendencje. Pomocna w tym jest analiza tzw. wiązek, bądź skupień (ang. *clusters*). Jej zadaniem jest pogrupowanie regionów w skupienia, w obrębie których województwa – z punktu widzenia badanych cech – są najbardziej podobne. Obliczenia przeprowadzone zostały w programie Statistica, przy wykorzystaniu modułu analizy skupień *Data Mining*. Grupowania województw w skupienia dokonano przy pomocy uogólnionej metody k-średnich, maksymalizacji odległości skupień, przy uwzględnieniu odległości euklidesowej.

Do kryteriów, które uwzględniono w grupowaniu regionów zaliczono:

- udział produktów rolnych i spożywczych w eksporcie (2008),
 - wartość eksportu na jednego mieszkańca (2008),
 - udział firm z przewagą kapitału zagranicznego w eksporcie województwa (2008),
 - udział dóbr wysokich technologii w eksporcie województwa (2008) – w tym roku uwzględniliśmy dwie klasyfikacje: OECD oraz WIFO1,
 - znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego (2008),
 - dynamikę eksportu (w latach 2000-2008),
 - udział nowych krajów UE w eksporcie (2008).
- Cechy takie wyodrębniono z następujących względów:
1. Wysoki udział artykułów rolno-spożywczych w eksporcie jest szansą dla wielu województw, także tych słabiej rozwiniętych w sytuacji, gdy po akcesji do UE oferowane przez Polskę artykuły te okazały się bardzo konkurencyjne na rynkach krajów UE oraz poza UE.
 2. Wysoka wartość eksportu na jednego mieszkańca świadczy o tym, że producenci są w stanie znaleźć nabywców na wytwarzane przez siebie dobra na konkurencyjnych rynkach zagranicznych, co potwierdza atrakcyjność oferty produkcyjnej i eksportowej regionu, i tym samym jest dowodem na wysoką zdolność do sprzedaży.
 3. Firmy z udziałem kapitału zagranicznego charakteryzują się dużymi możliwościami eksportowymi. Wpływają zatem na aktualny i przyszły potencjał eksportowy województw.
 4. Udział dóbr technologicznie intensywnych jest korzystny, ponieważ są to produkty, których sprzedaż jest szczególnie opłacalna i najmniej wrażliwa na wahania koniunktury na rynkach zagranicznych. Ze względu na znaczne różnice w klasyfikacjach OECD oraz WIFO1, w tym roku zdecydowaliśmy o uwzględnieniu obu klasyfikacji. **W związku z tym opracowane zostały dwa warianty grupowania województw. Pierwszy uwzględnia klasyfikację WIFO1, drugi natomiast OECD.**
 5. W handlu zagranicznym Polski wzrosło znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego, co odzwierciedla przemiany strukturalne zachodzące nie tylko w handlu ale też w przemyśle. Wysoka/rosnąca intensywność handlu wewnątrzgałęziowego jest przejawem wzrostu „dojrzałości” wymiany handlowej, gdyż *intra-industry trade* występuje przede wszystkim między krajami o podobnym poziomie rozwoju gospodarczego i strukturze przemysłu, które znoszą bariery handlowe i między którymi zachodzi przepływ kapitału w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich.
 6. Dynamika wzrostu eksportu jest przejawem sukcesu eksporterów z poszczególnych regionów. Uwzględnienie tego czynnika jest istotne ze względu na bardzo różny „punkt wyjścia”.
 7. Ze względu na specyfikę województwa Małopolskiego i rolę, jaką w eksporcie odgrywają nowe kraje członkowskie UE, zostały one uwzględnione wśród czynników analizy clusters. Udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie poszczególnych województw różni się, co wynika z odmiennych struktur przemysłu (baza eksportu) oraz z „ciążenia” ku „bliskiej zagranicy”.

W wyniku przeprowadzonej procedury badawczej ustalono średnią wartość wskaźników charakteryzujących handel zagraniczny. Poziom ich kształtowania się w poszczególnych skupieniach przedstawiono na wykresie 67 (wariant pierwszy grupowania) oraz 68 (wariant drugi). Należy przypomnieć kilka podstawowych faktów związanych z grupowaniem przy wykorzystaniu analizy *clusters*. Województwa grupowane są w poszczególne skupienia na zasadzie podobieństwa cech, czyli minimalizacji odległości euklidesowej między poszczególnymi elementami skupienia (województwami) oraz na zasadzie maksymalizacji odległości między poszczególnymi skupieniami. Jak każda metoda analizy – w tym grupowania – przypisywanie do poszczególnych skupień nie jest pozbawione wad. Na przykład, w skupieniu nr 4 (zarówno w pierwszym jak też drugim wariantie grupowania), znalazły się województwa, które cechuje dosyć znaczne zróżnicowanie, jeżeli chodzi o zmienną „udział produktów rolnych i spożywczych w eksporcie”. O zaklasyfikowaniu województw do jednej grupy rozstrzygnięto zatem przede wszystkim ich podobieństwo w zakresie pozostałych cech. Pamiętać należy też, że to – do której grupy zostało zaklasyfikowane województwo (pierwsza, druga ...) – nie ma charakteru wartościującego, ma znaczenie czysto informacyjne i wynika tylko z podobieństwa do innych województw.

Poniżej prezentowane są wyniki grupowania w wariantie pierwszym, który uwzględnił klasyfikację WIFO1. Przypomnijmy, że klasyfikacja ta dosyć szeroko traktuje produkty wysokich technologii, i ich lista jest znacznie dłuższa niż w przypadku klasyfikacji OECD.

Do skupienia **pierwszego** zaklasyfikowane zostały cztery województwa: Dolnośląskie, Mazowieckie, Śląskie oraz Wielkopolskie. Cechy skupienia to: średni udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, bardzo wysoka wartość eksportu *per capita*, bardzo wysoki udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, wysoki udział dóbr wysokich technologii oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, bardzo wysoka dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz średni udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

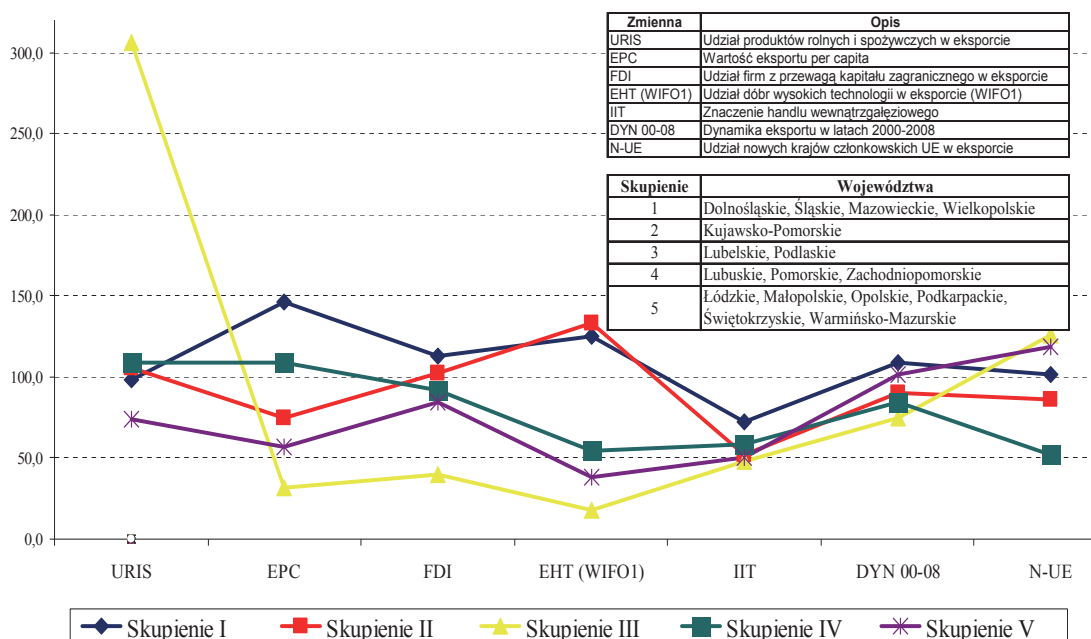
Skupienie **drugie** tworzy jedno województwo, kujawsko-pomorskie. Na tyle wyróżnia się spośród pozostałych regionów, że jest „klasą same dla siebie”. Zdecydował o tym przede

wszystkim bardzo wysoki udział produktów wysokich technologii w eksporcie w 2008 roku, przy czym, w porównaniu z rokiem 2007 w tym zakresie w województwie dokonana się bardzo poważna zmiana jakościowa, udział tego typu produktów wzrósł. Region zajmuje pierwsze miejsce w Polsce, jeśli chodzi o udział produktów *high-tech* w eksporcie według klasyfikacji OECD, i trzecie według klasyfikacji WIFO1. Cechy skupienia/województwa kujawsko-pomorskiego to: średni udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, średnia/niska wartość eksportu *per capita*, wysoki udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, bardzo wysoki udział dóbr wysokich technologii, małe znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, średnia dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz średni udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

W skupieniu **trzecim** znalazły dwa województwa: Lubelskie i Podlaskie. Charakteryzują je: bardzo wysoki udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, niska wartość eksportu *per capita*, niski udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, niski udział dóbr *high-tech* oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, niska dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz wysoki udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

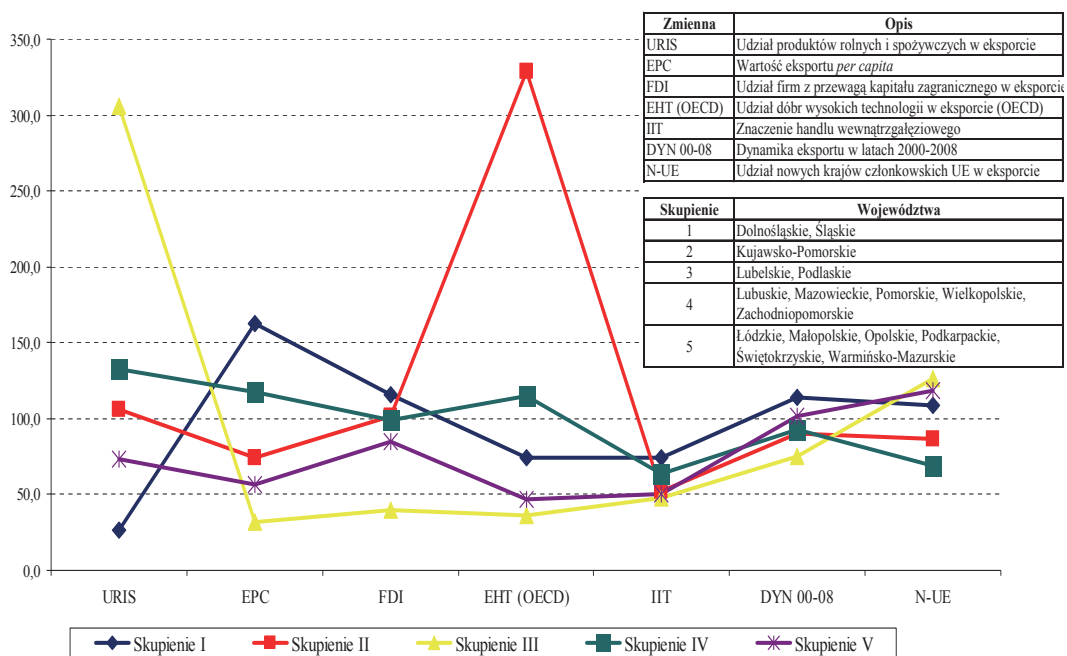
Do skupienia **czwartego** zaklasyfikowano trzy województwa: lubuskie, pomorskie oraz zachodniopomorskie. Cechy tej grupy to: wysoki udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, średnia-wysoka wartość eksportu *per capita*, średni udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, średni udział dóbr *high-tech* oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, średnia/niska dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz niski udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

W skupieniu **piątym** znalazły się: Łódzkie, **Małopolskie**, Opolskie, Podkarpackie, Świętokrzyskie, Warmińsko-Mazurskie. Cechy grupy to: niski udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, średnia/niska wartość eksportu *per capita*, średni udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, średni/niski udział dóbr wysokich technologii oraz handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, wysoka dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz wysoki udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.



Wykres 67: Charakterystyka poszczególnych skupień województw (wariant uwzględniający klasyfikację WIFO1)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Wykres 68: Charakterystyka poszczególnych skupień województw (wariant uwzględniający klasyfikację OECD)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Grupowanie województw w skupienia w **wariancie drugim**, który względem wariantu pierwszego różni się tym, że w miejsc klasyfikacji produktów WIFO1 uwzględniono OECD, prowadzi do nieco innych wyników. Skład oraz charakter skupienia nr 2, 3 oraz 5 nie uległy zmianie. Różnią się natomiast skupienia pierwsze oraz czwarte.

W wariantcie drugim, do skupienia **pierwszego** zaklasyfikowane zostały dwa województwa: Dolnośląskie oraz Śląskie. Cechy skupienia to: niski udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, bardzo wysoka wartość eksportu *per capita*, bardzo wysoki udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, średni udział dóbr wysokich technologii, wysokie znaczenie handlu

wewnątrzgałęziowego w eksporcie, bardzo wysoka dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz średni/wysoki udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

Natomiast do skupienia **czwartego** zaklasyfikowano pięć województw: lubuskie, mazowieckie, pomorskie, wielkopolskie oraz zachodniopomorskie. Cechy tej grupy to: wysoki udział produktów rolno-spożywczych w eksporcie, średnia-wysoka wartość eksportu *per capita*, średni udział firm z przewagą własności zagranicznej w eksporcie, średni/wysoki udział dóbr *high-tech*, średnie znaczenie handlu wewnątrzgałęziowego w eksporcie, średnia dynamika wzrostu eksportu w latach 2000-2008 oraz niski udział nowych krajów członkowskich UE w eksporcie.

16. Wyniki badań ankietowych

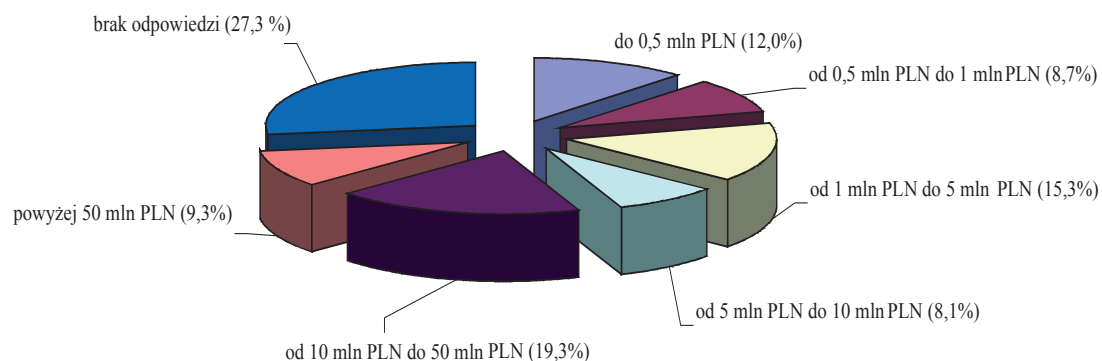
W lipcu 2009 roku na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Małopolskiego przeprowadzono badania ankietowe na próbie 150 eksportujących przedsiębiorstw. 30% próby stanowiły przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego. Celem badania była identyfikacja problemów, jakie eksporterzy napotykają w swej działalności, poznanie ich zamierzeń (aby skuteczniej wspierać eksportową ekspansję) oraz określenie percepcji korzyści i kosztów z tytułu członkostwa w UE. W kwestionariuszu ankiety uwzględniono także pytania odnoszące się do kryzysu gospodarczego i jego wpływu na sytuację na rynku pracy.

16.1. Populacja badanych firm

Spśród 150 ankietowanych firm, 24 zostały założone przed rokiem 1989, 114 w latach 1989-2003, pozostałych 12 założono w roku 2004 lub później. W populacji wyróżnić należy przedsiębiorstwa z udziałem kapitału zagranicznego. Firm takich jest 45, co stanowi 30% całości próby. W 18 z nich przeważa kapitał krajowy, w 27 dominuje kapitał zagraniczny. Jeżeli chodzi o strukturę ankietowanych przedsiębiorstw według zatrudnienia, 20% przypada na firmy mikro (zatrudnienie mniej niż 10 osób), 40% na firmy małe (zatrudniając mniej niż 50 pra-

owników), 31% na średnie (zatrudnienie mniej niż 250 pracowników) oraz 10% na firmy duże, zatrudniające 250 i więcej osób. Struktura próby, biorąc pod uwagę wartość przychodów ze sprzedaży w 2008, roku prezentowana jest na wykresie 69. Nie wszyscy respondenci udzielili stosownej informacji. Spośród tych, którzy to uczynili, największą grupę stanowią przedsiębiorstwa, których przychody zawierają się w przedziale 10 do 50 mln PLN (ponad 19%). Liczna jest też grupa firm (15%), których przychody zawierają się w przedziale 1 – 5 mln PLN.

Jeżeli chodzi o strukturę populacji ankietowanych przedsiębiorstw według rodzaju prowadzonej działalności, to 114 respondentów należy do przemysłu, 31 do sektora usług, 5 do budownictwa. Ankietowane firmy z przemysłu przede wszystkim prowadzą działalność w: produkcji artykułów spożywczych i napojów, włókiennictwie oraz produkcji skór wyprawionych i wyrobów ze skór, produkcji mebli, produkcji metalowych wyrobów gotowych, produkcji odzieży i wyrobów futrzarskich, a także działalności wydawniczej, poligrafii (itp.), górnictwie oraz produkcji sprzętu transportowego. Firmy usługowe prowadzą działalność w zakresie: handlu hurtowego oraz detalicznego, a także transportu i spedycji.



Wykres 69: Struktura respondentów według wartości przychodów ze sprzedaży ogółem w roku 2008

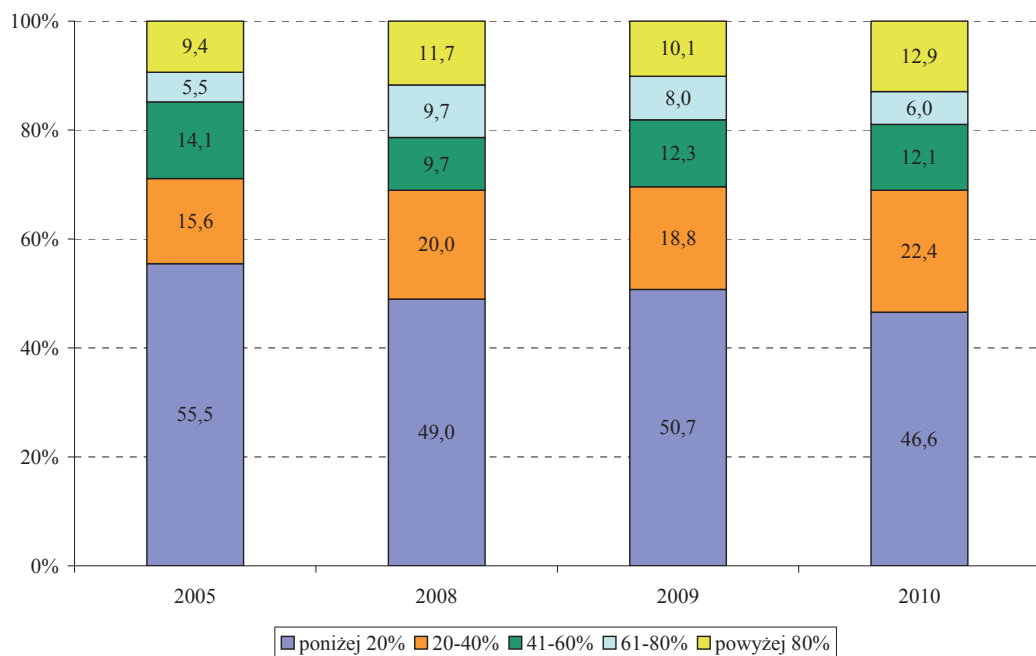
Źródło: Badania ankietowe

16.2. Znaczenie eksportu w działalności przedsiębiorstw, prognozy eksportu

Respondenci poproszeni zostali o określenie udziału eksportu w przychodach ogółem w roku 2005, 2008 oraz przedstawienie prognozy na rok 2009 i 2010. Wykres 70 przedstawia strukturę populacji według udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem. Należy zwrócić uwagę, że dla poszczególnych lat zmianie ulegał odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć”. Dla roku 2005 wyniósł on 12,9%, dla 2008 niecałe 3%, dla prognozy na rok 2009 niecałe 7%, natomiast dla prognozy na rok 2010 – 21% (co jest zrozumiałe ze względu na znaczny zakres niepewności co do głębokości oraz długości trwania kryzysu gospodarczego na świecie). Na wykresie prezentujemy odpowiedzi tylko tych respondentów, którzy potrafili określić udział eksportu w przychodach. Analizując rozkład uzyskanych odpowiedzi w czasie dostrzec można, że

zmniejszeniu ulega odsetek firm, dla których udział eksportu w przychodach wynosi mniej niż 20%. Oznacza to, że eksport ma coraz większe znaczenie dla firm. Nieznaczny spadek udziału firm, dla których eksport stanowi poniżej 20% przychodów, antycypowany jest dla roku 2009. 2009 będzie pierwszym „pełnym” rokiem w którym ujawnią się skutki kryzysu, który rozpoczął się w roku 2008. Do roku 2010 przewidywany jest przede wszystkim wzrost udziału firm (do 22,4%), dla których eksport stanowi 20-40% przychodów ogółem.

Wniosek, jaki wypływa z powyższego jest taki, że rola eksportu w większości firm wzrosła, i będzie dalej rosła. Z jednej strony jest to dowód na konkurencyjność oferty eksportowej i coraz lepszą penetrację zagranicznych rynków. Z drugiej jednak rośnie ekspozycja na ryzyka towarzyszące zagranicznej ekspansji handlowej, i w kontekście tym ważne jest, aby firmy realizowały strategię eksportowe, które uwzględniają zabezpieczenie się przed ryzykiem handlu zagranicznego.



Wykres 70: Struktura respondentów według udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem (2009 i 2010 prognozy)

Źródło: Badania ankietowe

Wykres 71 przedstawia zależność między udziałem eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem oraz udziałem kapitału zagranicznego (w kapitale firmy ogółem). Na osi poziomej oznaczono grupy przedsiębiorstw,

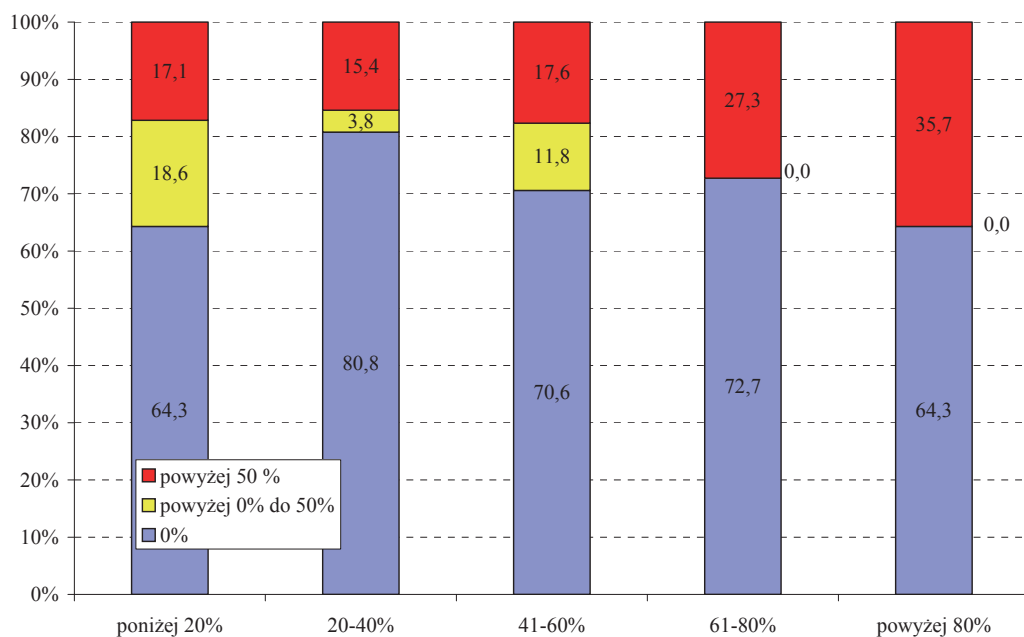
w zależności od tego, jaki jest udział eksportu w całości przychodów ze sprzedaży. Oś pionowa informuje natomiast o tym, w jakim stopniu firmy z różnym poziomem udziału kapitału zagranicznego partycypują

w eksporcie ogółem poszczególnych grup firm według znaczenia eksportu.

I tak, w grupie firm w przypadku których udział eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem wynosi poniżej 20%, większość (64,3%) to przedsiębiorstwa bez kapitału zagranicznego, 18,6% to firmy z mniejszościowym (poniżej 50%) udziałem kapitału zagranicznego, 17,1% to firmy z dominującym udziałem kapitału zagranicznego. Analizując poniższy wykres dostrzec można **dodatnią korelację między udziałem eksportu w całości przychodów ze sprzedaży, a większościowym udziałem kapitału zagranicznego w firmie.**

Zauważmy, że w firmach, dla których eksport stanowi ponad 80% całości przychodów ze sprzedaży, 36% stanowią firmy z większościowym udziałem kapitału zagranicznego. Potwierdza to wyniki badań re-

alizowanych w oparciu o sprawozdania F01 i F02, które dowodzą, że firmy z udziałem kapitału zagranicznego w Polsce charakteryzuje znacznie wyższa skłonność, jak też umiejętność eksportu, o czym świadczy relacja eksportu do przychodów ze sprzedaży ogółem, a także wartość eksportu w przeliczeniu na pracującego. Jest to zgodne z przewidywaniami formułowanym przez teorię zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Firmy z udziałem zagranicznym w ekspansji eksportowej wykorzystują przewagi, jakimi dysponują w zakresie dostępu do technologii, zasobów kapitałowych, wiedzy itp. Działają też na większą skalę, co pozwala optymalizować koszty. Mają często większe doświadczenie. Ponadto – ze względu na powiązania z innymi firmami w ramach grup kapitałowych – przyczyniają się do rozwoju tzw. handlu wewnątrzgałęziowego.



Wykres 71: Udział eksportu w przychodach ze sprzedaży w 2008 roku w zależności od udziału kapitału zagranicznego w firmie

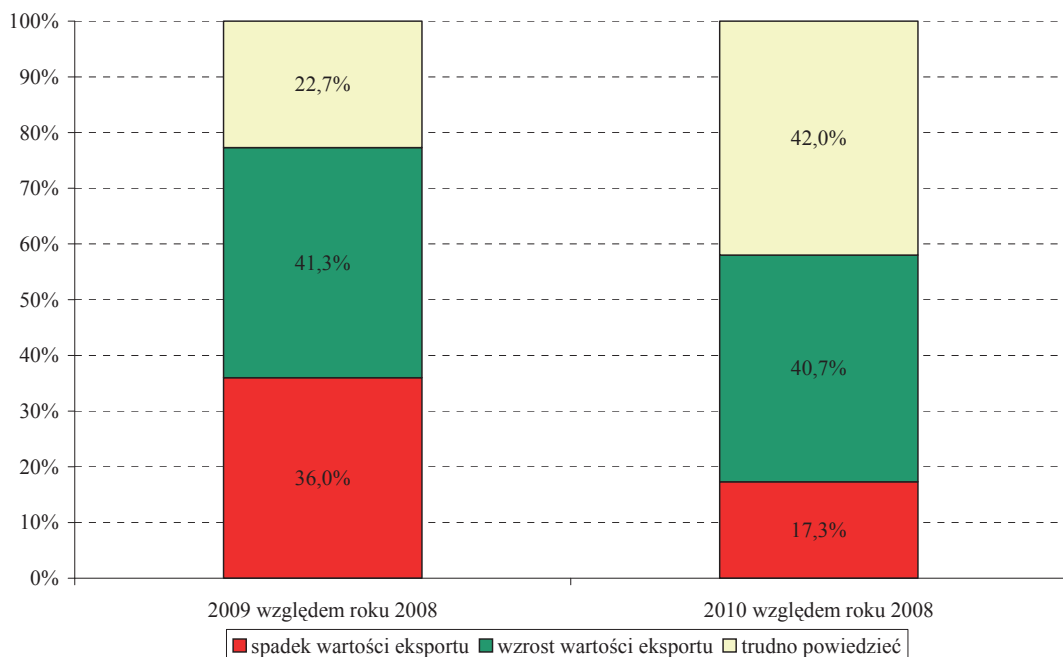
Źródło: Badania ankietowe

Respondenci poproszeni zostali o przedstawienie prognozy zmian wartości eksportu w roku 2009 oraz 2010 – względem roku 2008-go, przy czym chodzi o wpływy wyrażone w EURO, USD lub w innej walucie zagranicznej, jeśli w niej zasadniczo rozliczany

jest eksport. Nie chodzi o wartości eksportu w PLN. Ze względu na zmiany kursowe, nie byłyby one wiarygodne, istotne są realne tendencje dotyczące zmian eksportu. Blisko 23% respondentów nie było w stanie udzielić odpowiedzi, jak zmieni się wartość eksportu

w roku 2009 względem roku 2008. Odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć” jest jeszcze większy w przypadku prognozy dla roku 2010 względem 2008-go. Wysoki odsetek wskazań „trudno powiedzieć” nie jest zaskakujący. Szacowanie tendencji w eksporcie w czasie kryzysu gospodarczego jest trudne, gdyż prognozy makroekonomiczne dla krajów, głównych odbiorców eksportu z Polski oraz z Małopolski obciążone są dużym błędem, co więcej – często bywają sprzeczne. 36% firm przewiduje, że eksport w roku 2009 w stosunku do roku poprzedniego zmniejszy się, natomiast ponad 41%, że wzrośnie. Jak widać, różnica między liczbą wskazań „wzrost” i „spadek” nie jest wysoka – z nieznacznym wskazaniem na „wzrost”. Bez wątpienia, zbliżona liczba odpowiedzi wzrost/spadek jest wynikiem kryzysu. Symptomy tego widoczne były już w roku poprzednim (2008) w real-

nych tendencjach kształtowania się wartości eksportu firm województwa małopolskiego. Z danych GUS wynika, że dynamika wzrostu eksportu Małopolski w roku 2008 była bardzo niska. Jeśli eksport Polski w 2008 roku względem roku poprzedniego (liczony w euro) wzrósł o około 14%, to Małopolski o 6,7%. Dla roku 2010 proporcja wskazań wzrost/spadek jest już inna, blisko 41% respondentów antycypuje wzrost wartości eksportu względem roku 2008, 17,3% oczekuje spadku. Porównując rozkład odpowiedzi/prognoz na rok 2009 oraz 2010 wnioskować należy, że respondenci raczej optymistycznie oceniają rozwój sytuacji w eksporcie w roku 2010, co może być potwierdzeniem tezy, że oczekiwana jest raczej poprawa sytuacji gospodarczej i jak deklarują niektórzy z przedsiębiorców „widać już początek końca kryzysu”.



Wykres 72: Prognoza wartości eksportu względem roku 2008

Źródło: Badania ankietowe

Prognozowane zmiany eksportu – zarówno w roku 2009 jak i 2010 względem roku 2008 – wskazują, że zarówno w tych firmach w których antycypowany jest wzrost, jak i spadek jego wartości, zmiany nie przekroczą 20%.

W roku 2009, w tych firmach, w których prognozowany jest spadek wartości eksportu, 63% firm deklaruje, że nie przekroczy on

20%, 13% deklaruje, że 20% do 40%, 15% że 40% do 60%. Zdaniem 9% firm spadek będzie głębszy niż 60%. Jeżeli chodzi o firmy, które w roku 2009 spodziewają się wzrostu wartości eksportu, to 60% respondentów deklaruje wzrost o mniej niż 20%, 26% o 20% do 40%, 6% o 40% do 60%. Zdaniem 8% firm wzrost będzie większy niż 60%.

Nieco inaczej przedstawia się rozkład prognoz na rok 2010 (względem 2008-go). W tych firmach, które prognozują spadek wartości eksportu, 73% respondentów deklaruje, że nie przekroczy on 20%, 8% że 20% do 40%, 8% że eksport spadnie od 40% do 60%, 12% że spadek przekroczy 60%. Jeżeli chodzi o firmy, które w roku 2010 spodziewają się wzrostu wartości eksportu, to 56% respondentów deklaruje wzrost o mniej niż 20%, 30% o 20% do 40%, 7% o 40% do 60%. Zdaniem 8% firm wzrost będzie większy niż 60%. **Można zatem potwierdzić, co już zostało powiedziane wcześniej, że prognozy w zakresie wzrostu eksportu na rok 2010 są nieco bardziej optymistyczne niż na rok 2009.**

Analiza odpowiedzi na powyższe pytanie z uwzględnieniem udziału kapitału zagranicznego w firmie wskazuje, że nie ma większych różnic we wskazaniach respondentów, odnośnie tego czy antycypowany jest wzrost czy spadek wartości eksportu w 2009 roku względem 2008. Firmy z większościowym udziałem kapitału zagranicznego wydają się mieć bardziej ugruntowany punkt widzenia, o czym świadczy relatywnie niski odsetek wskazań „trudno powiedzieć”. Najprawdopodobniej wynika to z większego doświadczenia tych firm w działalności eksportowej, a także z przynależności do większych grup kapitałowych, w ramach których formułowane są prognozy gospodarcze. Jeżeli natomiast chodzi o prognozy eksportu na rok 2010 (względem 2008), to widać pewną różnicę. Polega ona na tym, że w tych firmach, w których dominuje kapitał zagraniczny (powyżej 50%), mamy do czynienia z największym odsetkiem wskazań, prognozujących wzrost eksportu.

Wzrost eksportu, antycypują przede wszystkim firmy duże.

16.3. Relacja eksportu do importu, kursy walutowe, import zaopatrzeniowy

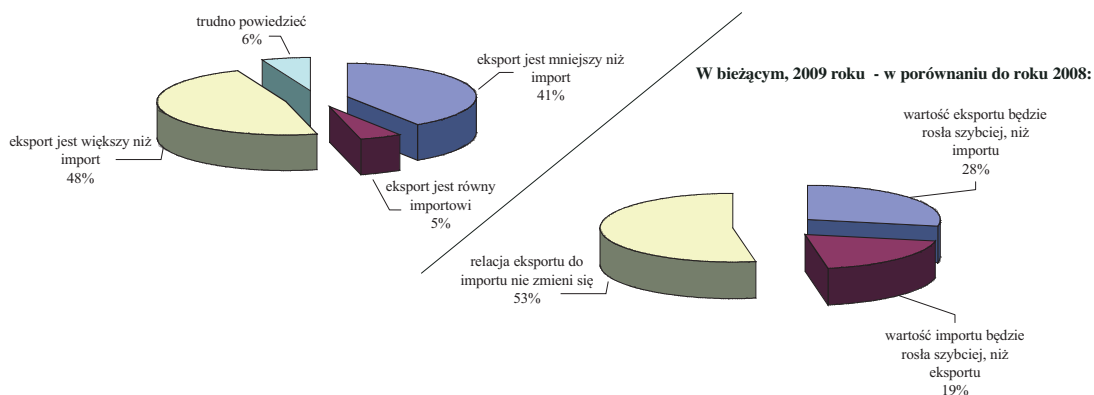
Analiza danych statystycznych GUS wskazuje, że lata 2007 i 2008 to czas wyraźnego spadku dynamiki wzrostu eksportu, przy czym dynamika wzrostu importu pozostała na praktycznie niezmiennym poziomie (2007) lub uległa obniżeniu (2008), jego skala była jednak mniejsza niż spadek dynamiki wzrostu eksportu. Skutkiem tych

tendencji jest znaczne pogorszenie się salda obrotów (różnicy między wartością eksportu i importu).

W związku z powyższym, ważne wydają się informacje uzupełniające analizę danych statystycznych handlu zagranicznego Małopolski, czyli deklaracje firm odnośnie do „rozkładu” salda eksportu i importu. 48% firm deklaruje, że eksport jest większy niż import (jest to odsetek nieznacznie mniejszy niż w poprzednim badaniu). 5% firm wskazało, że eksport równy jest importowi – czyli ich działalność z punktu widzenia salda ma charakter neutralny. 41% deklaruje, że eksport jest mniejszy niż import. **W porównaniu z poprzednim badaniem, przede wszystkim wyraźny jest spadek wskazań „eksport równy importowi” oraz wzrost wskazań „eksport mniejszy niż import”. Taka zmiana rozkładu odpowiedzi potwierdzałaby tendencje obserwowane na podstawie analizy danych GUS.**

Zdaniem 53% respondentów, relacja eksportu do importu nie zmienia się, według 28% eksport będzie rósł szybciej niż import. 19% deklaruje, że import będzie rósł w tempie mniejszym niż eksport. Taki rozkład odpowiedzi wciąż pozwala raczej optymistycznie patrzeć na zmiany w zakresie salda obrotów handlowych Małopolski. Z powyższego wnioskować można, że należy antycypować spadek dynamiki wzrostu importu, co powinno przyczynić się do zahamowania tendencji pogłębiania się ujemnego salda lub nawet poprawy relacji eksportu do importu. Pamiętać należy jednak, że – aby z dużym prawdopodobieństwem – deklaracje firm przełożyły się na poprawę salda obrotów handlowych województwa, potrzebne były by bardziej dokładne dane. Wpływ rozwoju sytuacji w zakresie handlu zagranicznego w pojedynczych przedsiębiorstwach może rzutować na ogólną sytuację, tym bardziej, jeśli np. pojedyncza firma ma duży udział w eksporcie/importacji regionu. Odpowiedzi na to pytanie wskazują, że firmy z dominującym udziałem kapitału zagranicznego są tymi które – jako jedyne – deklarują szybszy wzrost wartości importu niż eksportu. Przede wszystkim firmy duże deklarują, że wartość eksportu będzie rosła szybciej niż importu. Dostrzec można też prawidłowość, że wzrost eksportu przewidują głównie te firmy, dla których udział eksportu w przychodach ogółem jest wysoki (powyżej 60%).

Jak w Firmie kształtuje się relacja wartości eksportu do importu?



Wykres 73: Relacja wartości eksportu do importu

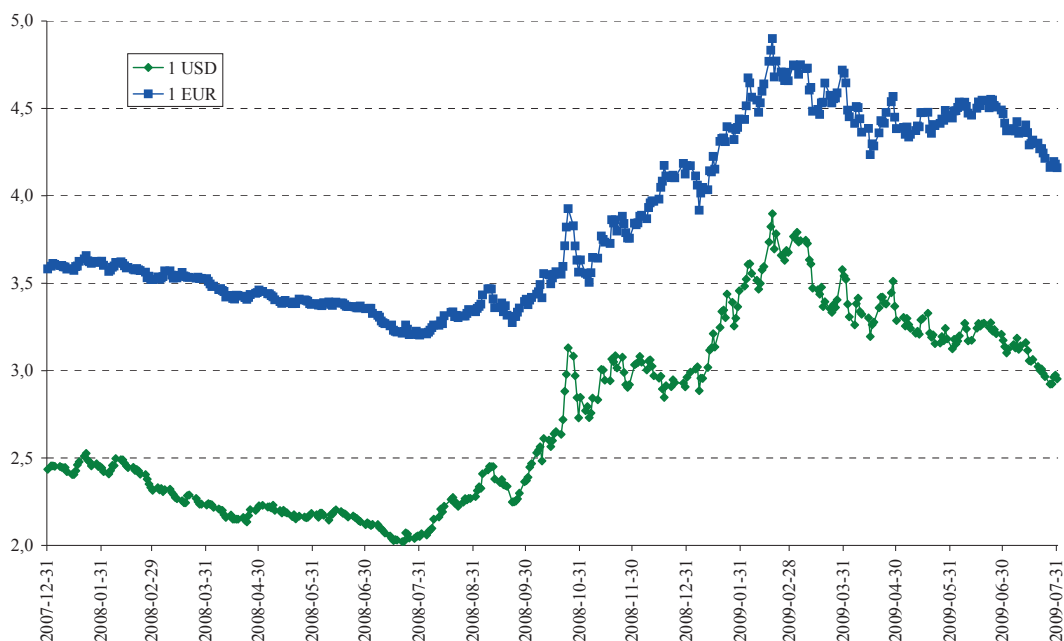
Źródło: Badania ankietowe

W roku 2008 oraz w pierwszej połowie roku 2009 miały miejsce poważne zmiany kursu złotego względem euro oraz dolara amerykańskiego. Prezentowane są one na wykresie 74. Od początku do połowy 2008 roku, kurs złotego ulegał wzmocnieniu zarówno względem EUR jak USD. Następnie, do połowy lutego 2009, obserwowany jest bardzo silny spadek wartości złotego. Od lutego 2009 trend uległ odwróceniu i złoty podlega aprecjacji. Przy okazji przypomnieć należy, że wzmocnienie się złotego (aprecjacja) oznacza pogorszenie konkurencyjności oferty eksportowej, natomiast osłabienie złotego (deprecjacja) oznacza poprawę konkurencyjności oferty eksportowej. Jeśli spojrzymy na wpływ ruchów kursów walutowych na import, osłabienie wartości złotego (deprecjacja) przyczynia się do tego, że w przeliczeniu na złote, import jest droższy. Natomiast wzrost kursu waluty krajowej (aprecjacja) skutkuje potaniem importu (gdy ceny przeliczymy na walutę krajową).

Obserwowane zmiany kursów walut były poważne. Deprecjacja złotego przyczyniła się do poprawy konkurencyjności polskiego eksportu, co trudno przecenić w czasie kryzysu, mniejszego popytu, spadającej liczby zamówień itp. Deprecjacja złotego „złagodziła” zatem spadek dynamiki wzrostu eksportu, gdyż malejące wpływy wyrażone np. w euro bądź USD zostały zrekompensowane – w przeliczeniu na złote – wyższymi wpływami. Należy jednak mieć na uwadze, że znaczna liczba firm realizuje import zaopa-

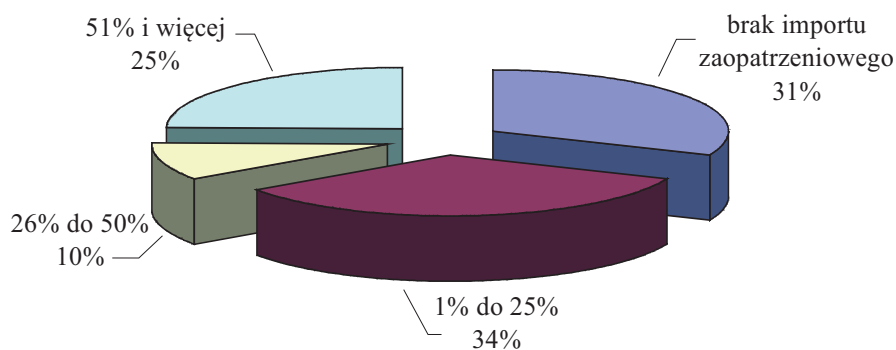
trzeniowy, który – jeśli złoty ulega osłabieniu (co oczywiście z drugiej strony sprzyja eksportowi) – staje się droższy, i niekorzystnie wpływa to na konkurencyjność produkcji, w tym na konkurencyjność eksportu. Import jest bowiem także „wsadem” w eksport (nakładem na eksport). Jeśli zatem import zaopatrzeniowy staje się droższy (przez słabnącą walutę krajową), wzrastają koszty działalności przedsiębiorstwa.

31% ankietowanych firm nie realizuje importu zaopatrzeniowego. Można zatem powiedzieć, że drożejący import nie ma dla nich znaczenia, przy czym oczywiście jeśli firmy te zaopatrzą się w importowane produkty pośrednie u innych firm, które są bezpośrednimi importerami, to i tak odczują presję rosnących kosztów. Dla 34% respondentów, udział importu zaopatrzeniowego w kosztach działalności przedsiębiorstwa wynosi do 25%. W przypadku 10% firm, udział ten kształtuje się w przedziale 26-50%. Znaczna grupa respondentów (jedna czwarta) deklaruje, że udział importu zaopatrzeniowego w kosztach stanowi powyżej 51%. Można stwierdzić, że firmy te są bardzo wrażliwe na zmiany kursów walutowych, osłabienie wartości złotego prowadzi do wzrostu kosztów. Należy o tym pamiętać, zastanawiając się jak ruchy kursu złotego wpływają na kondycję eksporterów Małopolski. Bez wątpliwości, wejście Polski do strefy euro byłoby wskazane, ze względu na wyeliminowanie problemu wahań kursowych.



Wykres 74: Kursy średnie PLN/EUR oraz PLN/USD w okresie 31 grudnia 2007 – 31 lipiec 2009

Źródło: NBP, tabele kursów średnich



Wykres 75: Udział importu zaopatrzeniowego w kosztach działalności przedsiębiorstwa (%)

Źródło: Badania ankietowe

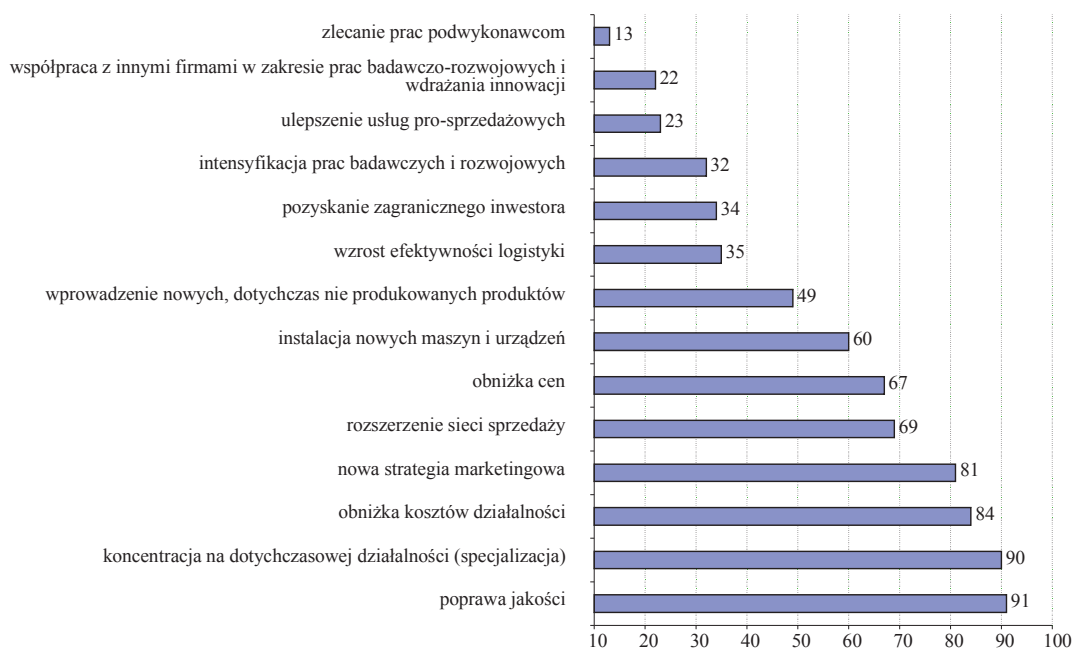
16.4. Działania służące utrzymaniu i poprawie konkurencyjności, czynniki niesprzyjające wzrostowi eksportu

Sukces na rynkach eksportowych zależy od konkurencyjności oferty małopolskich przedsiębiorstw. Przedsiębiorcy podejmują różne działania, mające na celu konkurencyjność tą poprawić. Analiza różnych koncepcji konkurencyjności oraz istoty tego, czym konkurencyjność jest, upoważnia do postawienia tezy, że starania o podniesienie lub utrzymanie konkurencyjności realizowane są na zasadzie *never ending story*, czyli niekończącej się historii. Pozycja firmy na mapie konkurencyjności, czyli pośród innych firm, nieustannie się zmienia, gdyż zmienia się otoczenie, w jakim firmy funkcjonują.

Wśród działań służących poprawie konkurencyjności, najwięcej wskazań dotyczy poprawy jakości (91 wskazań). Na drugim miejscu znalazła się specjalizacja, czyli koncentracja na dotychczasowej działalności. Jako trzecia wskazana została obniżka kosztów działalności. Działania te są ze sobą powiązane. Specjalizacja sprzyja obniżce kosztów działalności, ze specjalizacji wynika też poprawa jakości. Skoncentrowanie się na węższym profilu produkcji sprzyja wyeliminowaniu usterek, dopracowaniu szczegółów itp.

Kolejne dwa rodzaje działań dotyczą nowej strategii marketingowej oraz rozszerzenia sieci sprzedaży. Ich wysoka ranga na liście wskazań (odpowiednio 81 i 69), potwierdza aktywne podejście respondentów, co ma znaczenie zwłaszcza w czasie kryzysu. Na 6. pozycji znalazła się obniżka

cen. Czynniki te traktować należy jako – *de facto* – pochodną szerszych działań dotyczących na przykład racjonalizacji kosztów, instalacji nowych, bardzo wydajnych maszyn i urządzeń czy na przykład wzrostu efektywności logistyki. Najmniejsza liczba wskazań (13) dotyczy zlecenia prac podwykonawcom, ale też współpracy z innymi firmami w zakresie prac badawczo-rozwojowej i wdrażania innowacji (22). Jak widać, na końcu pod względem znaczenia znalazły się dwa rodzaje działań, które dotyczą współpracy z innymi firmami, czy to na zasadzie powiązań pionowych czy w kwestii innowacji, badań i rozwoju. Jest to niepokojące tym bardziej, że na problem trudności w podejmowaniu współpracy z innymi firmami wskazywaliśmy już w poprzednim raporcie. We współczesnej gospodarce coraz większą rolę odgrywa tzw. kapitał relacyjny, a zwłaszcza umiejętność współpracy z innymi przedsiębiorstwami, w tym w zakresie wdrażania innowacji i wspólnego rozwiązywania problemów technologicznych. Nawet duże, międzynarodowe firmy, które konkurują na rynku produktów finalnych, współpracują w zakresie prac badawczo-rozwojowych. Tego rodzaju „kapitał relacyjny” będzie nabierał na znaczeniu, gdyż coraz trudniej jest pojedynczej firmie rozwiązywać problemy natury technologicznej czy też wchodzić na zagraniczne rynki. Zlecenie części prac podwykonawcom mogłoby ułatwić obniżkę kosztów, z czasem doprowadziłoby też do wyłonienia się tzw. klastrów współpracujących firm i powstania szeregu korzyści z tego wynikających, takich na przykład jak wymiana wiedzy i doświadczeń, obniżka kosztów zaopatrzenia itp.



Wykres 76: Działania podejmowane w celu podniesienia konkurencyjności oferty eksportowej (liczba wskazań na każde z działań)

Objaśnienia: respondenci mogli wybrać pięć, ich zdaniem najważniejszych czynników

Źródło: Badania ankietowe

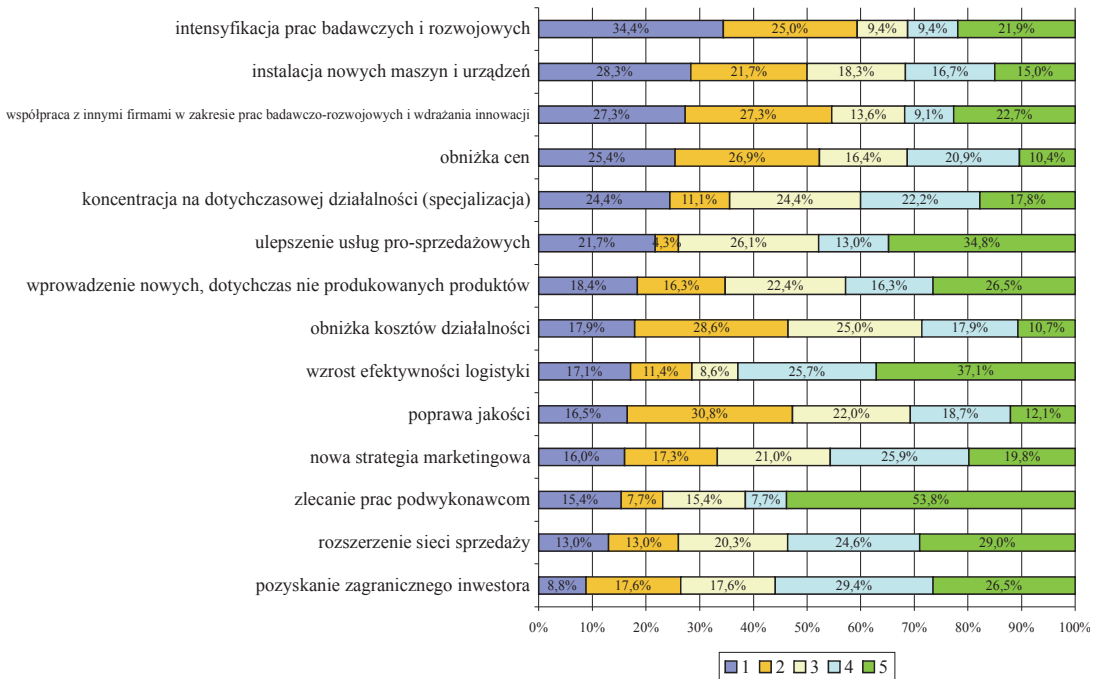
Zidentyfikować można kilka różnic, jeżeli chodzi o podejmowane działania mające służyć poprawie konkurencyjności według wielkości przedsiębiorstw. Firmy mikro relatywnie większą uwagę przywiązują do takich działań, jak: intensyfikacja współpracy z innymi firmami w zakresie działań służących intensyfikacji badań i rozwoju oraz działalności innowacyjnej. Jest to bardzo pozytywny sygnał, firmy mikro często są bardzo innowacyjne, jednak ze względu na swoje niewielkie rozmiary, poszukują współpracy z innymi przedsiębiorstwami, aby na przykład wspólnie poszukać rozwiązania problemów czy finansować kosztowne prace innowacyjności sprzyjające. Poza tym, mikro firmy często pełnią funkcję poddostawców większych firm w zakresie wyspecjalizowanych, zaawansowanych technologicznie komponentów. Instalować nowe maszyny i urządzenia zamierzają przede wszystkim firmy średnie i duże. Firmy duże, mniejsze znaczenie niż pozostałe kategorie przedsiębiorstw przywiązują do obniżki cen. Firmy małe oraz duże jako sposób na poprawę konkurencyjności deklarują pozyskanie zagranicznego inwestora. Firmy małe relatywnie większą uwagę – niż pozostałe gru-

py respondentów – przywiązują do wzrostu efektywności logistyki oraz zlecenia prac podwykonawcom.

Na wykresie 77 prezentowana jest dokładniejsza struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące działań podejmowanych w celu podniesienia konkurencyjności oferty eksportowej. Jak wcześniej wspomniano, respondenci mogli wskazać pięć najważniejszych – ich zdaniem – działań i przypisać im odpowiednie rangi (od 1 do 5, przy czym 1 oznacza największe znaczenie, 5 – najmniejsze). Jak wnioskować należy z poniższego wykresu, intensyfikacja prac badawczo rozwojowych, instalacja nowych maszyn i urządzeń, a także współpraca z innymi firmami w zakresie prac badawczo-rozwojowych i wdrażania innowacji ocenione zostały jako działania, którym respondenci przypisali najwyższe rangi. Pomimo zatem, że na przykład intensyfikacja prac badawczych i rozwojowych nie została wskazana przez bardzo dużą liczbę respondentów (tylko 32 wskazania), to ci respondenci, którzy na ten rodzaj działania wskazali, deklarują że jest on bardzo istotny (wysoko rangowany). Stosunkowo wysoką pozycję zajęła obniżka cen, co może świadczyć o wysokiej konkurencji cenowej odczu-

wanej przez ankietowane firmy. Traktując rangi 1 i 2 łącznie, wysoką pozycję zajęły też obniżka kosztów działalności oraz poprawa

jakości. Niskie rangi przypisano zleceniu prac podwykonawcom, a także ulepszeniu usług pro-sprzedażowych.



Wykres 78: Struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące działań podejmowanych w celu podniesienia konkurencyjności eksportowej

Objaśnienia: Respondenci mogli wybrać pięć, ich zdaniem najważniejszych czynników, każdy wybrany czynnik był rangowany w kolejności od najważniejszego (1) do najmniej ważnego (5)

Źródło: Badania ankietowe

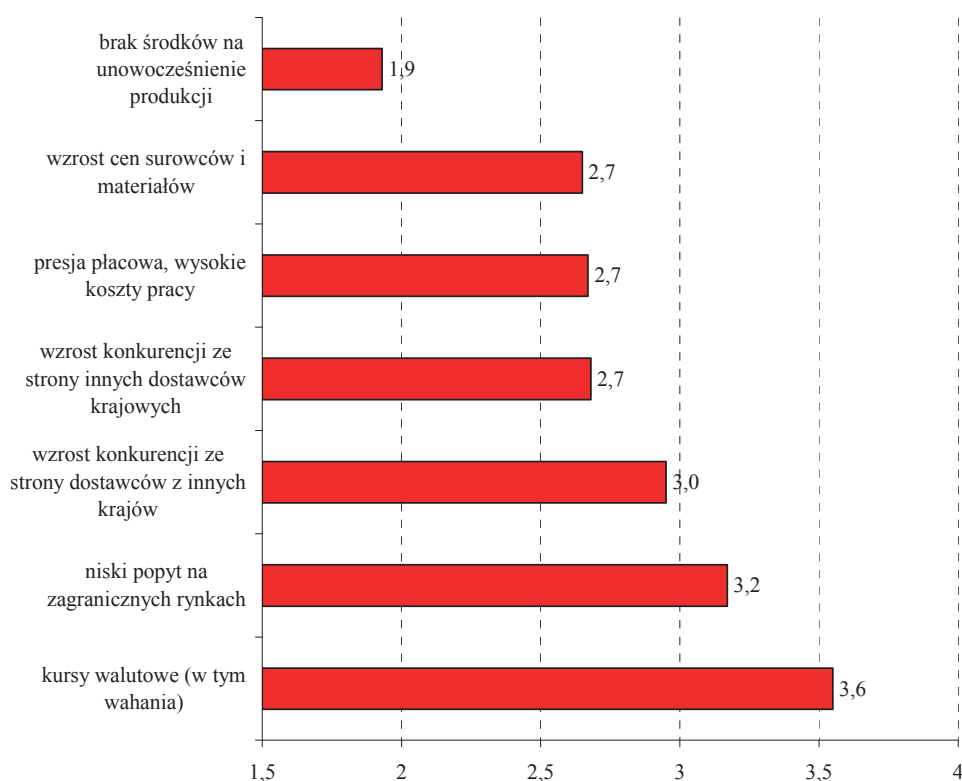
Kolejne pytanie dotyczyło najważniejszych przyczyn spadku eksportu bądź czynników niesprzyjających jego wzrostowi. Podobnie jak w poprzednich dwóch badaniach, jako najważniejszy czynnik wskazano kursy walutowe (czyli sam fakt istnienia parametru ekonomicznego, jakim jest kurs walutowy) oraz wahania tych kursów. Fluktuacje kursów walutowych dla eksporterów oznaczają poważny wzrost ryzyka transakcji i niepewność. Może być to związane nie tylko z cenami eksportu, ale również ze zmieniającymi się pod wpływem tych wahań cenami surowców i półproduktów. Należy jednak wspomnieć, że obecnie istnieją możliwości ubezpieczenia od tego rodzaju niepewności, co eksporterzy powinni uwzględnić w swoich kalkulacjach. Ostatnie problemy z opcjami walutowymi dowodzą jednak, że wiedza wielu menedżerów na temat strategii zabezpieczania się przed wahaniami kursowymi

jest wciąż niska. Perspektywa członkostwa Polski w strefie euro niestety wydłuża się, a wahania kursów od połowy 2008 roku były poważne i wszystko wskazuje, że kurs złotego wciąż może być przedmiotem działań o charakterze spekulacyjnym. Z punktu widzenia firm angażujących się w wymianę z zagranicą, dla importerów korzystniejszy jest silny złoty, dla eksporterów – złoty słabszy. Należy jednak pamiętać, że eksport polskich firm charakteryzuje się wysoką importochłonnością.

Na 2. pozycji znalazł się niski popyt na rynkach zagranicznych. W porównaniu z badaniem zeszłorocznym jest to bardzo istotna zmiana (z pozycji przedostatniej – na drugą). Taki „skok” jest z całą pewnością skutkiem diametralnej zmiany sytuacji gospodarczej. Kryzys, który dotknął kraje będące najważniejszymi odbiorcami eksportu firm z Małopolski, spowodował spadek za-

mówień, czyli odczuwalny spadek popytu. Na kolejnych pozycjach znalazły się wzrost konkurencji ze strony dostawców z innych krajów oraz wzrost konkurencji ze strony innych dostawców krajowych. **Porównując uzyskane wyniki z badaniem zeszłorocznym, warto zwrócić uwagę na zasadniczą zmianę charakteru przyczyn spadku eksportu bądź czynników niesprzyjających jego wzrostowi. W roku**

2008 były to przede wszystkim czynniki natury kosztowej, w tym roku są to głównie czynniki natury popytowej (niski popyt). Jak kolokwialnie określają to przedsiębiorcy: „na rynku zrobiło się ciasno, rynek się skurczył”. Podobnie jak w roku ubiegłym, na ostatniej pozycji znalazł się brak środków na unowocześnienie produkcji.



Wykres 79: Głównie przyczyny spadku eksportu, niesprzyjające wzrostowi eksportu (średnia ze wskazań)²¹

Źródło: Badania ankietowe

Respondenci mogli też – na zasadzie pytania otwartego – wskazać „inne” czynniki skutkujące spadkiem eksportu lub niesprzyjające jego wzrostowi. W odpowiedziach przede wszystkim padało słowo „kryzys” na najważniejszych rynkach zbytu. Wskazywano także na inne czynniki, takie jak: „zalew” rynku przez chińskich producentów, problemy z regulowaniem płatności przez kontrahentów, utrudnienia w handlu ze Wschodem.

Analiza szczegółowych odpowiedzi na pytanie dotyczące przyczyn spadku eksportu

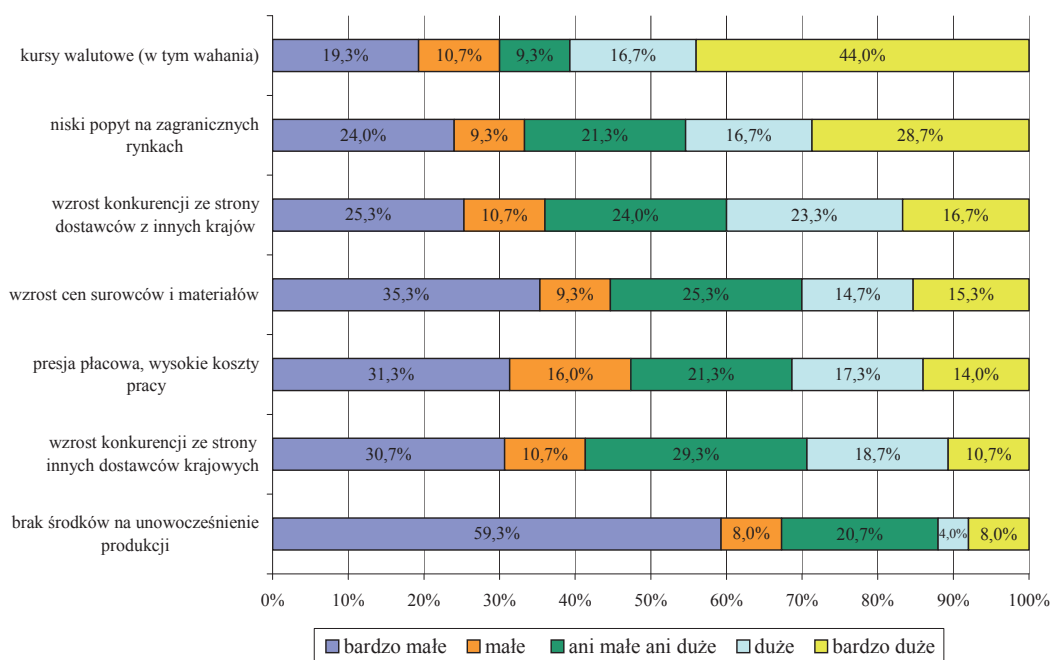
bądź czynników ograniczających jego wzrost ujawnia dobitnie, które kwestie są postrzegane przez respondentów jako największy problem. Największy odsetek wskazań „bardzo duże znaczenie” oraz „duże znaczenie” dotyczy wahań kursowych (blisko 61%). Na drugim miejscu (ponad 45%) jest niski popyt na rynkach zagranicznych. Dostrzec należy, że brak środków na unowocześnienie produkcji ma bardzo małe znaczenie dla blisko 60% ankietowanych. W pewnym sensie jest to zaskakujące w świetle często pada-

21 1=„bardzo małe”, 2=„małe”, 3=„ani małe ani duże”, 4=„duże”, 5=„bardzo duże”

jących stwierdzeń, że w czasie kryzysu który – przypomnijmy – zaczął się od rynków finansowych, przedsiębiorcy mają poważne problemy z dostępem do kapitału.

Zadać można pytanie, czy władze regionalne dysponują narzędziami, przy wykorzystaniu których możliwe było by zaradze-

nie powyższym problemom. Wydaje się, że raczej nie, gdyż mają one charakter makroekonomiczny, są odzwierciedleniem podstawowych praw ekonomii międzynarodowej, wynikają w znacznej mierze z tendencji globalnych.



Wykres 80: Struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące głównych przyczyn spadku eksportu (niesprzyjających wzrostowi eksportu)

Źródło: Badania ankietowe

Jeśli pod uwagę weźmiemy kryterium wielkości przedsiębiorstw (według zatrudnienia), to firmy mikro wskazują przede wszystkim na brak środków na unowocześnienie produkcji. Wzrost cen surowców i materiałów odczuwają przede wszystkim firmy duże, wysokie koszty pracy i presja płacowa są relatywnie najmniejszym problemem dla firm dużych i średnich. Firmy duże w największym stopniu odczuwają spadek popytu (niski popyt) na rynkach zagranicznych.

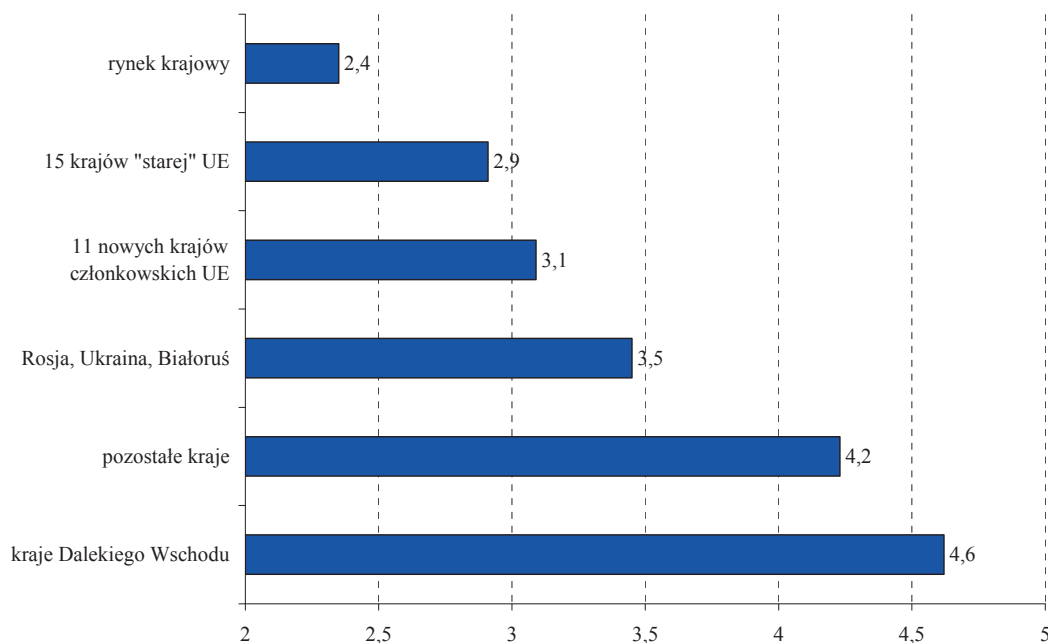
16.5. Kierunki dalszej ekspansji eksportowej, ekspansja eksportowa na rynki krajów UE

Ponieważ skuteczne wsparcie eksportu wymaga wiedzy na temat zamierzeń firm w kwestii ekspansji na poszczególne kierun-

ki geograficzne, respondenci zostali poproszeni o określenie, na jakie rynki w nadchodzących trzech latach planowany jest wzrost eksportu. Jak wiadomo, rynki różnych obszarów świata mają swoją specyfikę. Kolejność rynków – wskazana przez respondentów – jest identyczna jak w roku ubiegłym. W aktualnym badaniu dodana została jeszcze jedna kategoria „rynek krajowy”. Warto bowiem poznać „proporcję” w jakiej ma się planowany wzrost sprzedaży na rynki zagraniczne, względem rynku krajowego. Respondenci deklarują, że w nadchodzących trzech latach planują przede wszystkim zwiększyć sprzedaż na rynek krajowy. Jest to rynek najbardziej znany, który jest rynkiem bliskim, o dużym potencjale wzrostu. Z drugiej strony, rozmiary rynku krajowego są w pewnym sensie ograniczone, biorąc pod uwagę na przykład rozmiary i siłę

nabywcą rynków krajów członkowskich UE. Trudno przyjąć hipotezę, że respondenci nie zdają sobie sprawy z korzyści wynikających ze wzrostu eksportu i – generalnie – ze sprzedaży na zagraniczne rynki – i pod adresem władz regionalnych kierować postulat zorganizowania intensywnej kampanii

promującej eksport oraz informującej o korzyściach z eksportu wynikających. Bardziej bezpieczna wydaje się teza, że rynek krajowy jest dla eksporterów po prostu łatwiejszy, lepiej znany, bliższy itp. Poza tym część z firm nie jest gotowa na większą skalę eksportu.



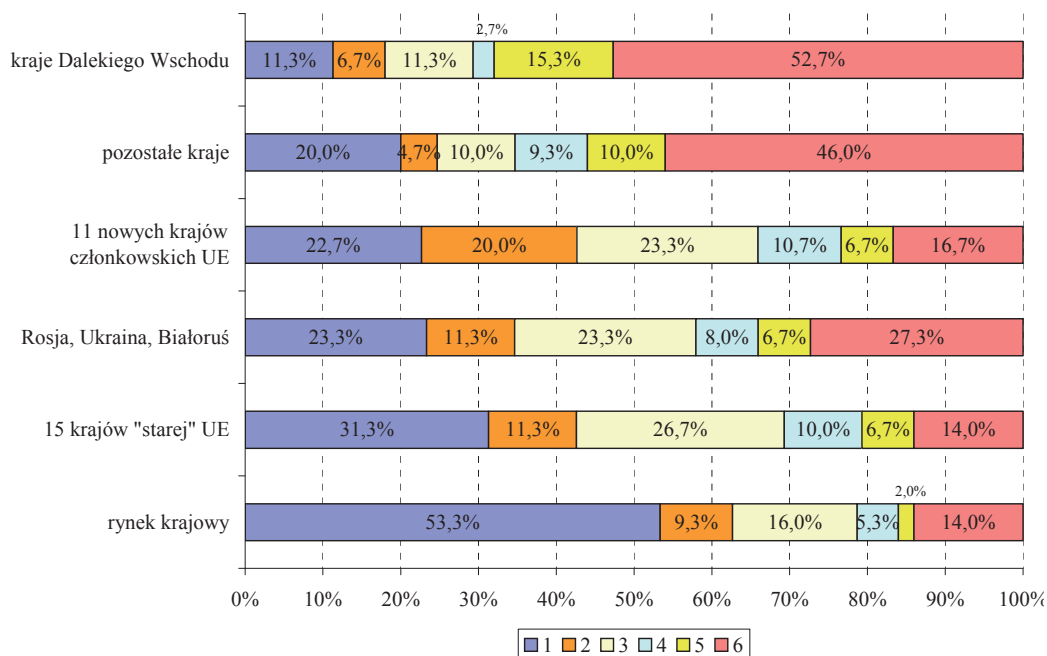
Wykres 81: Rynki, na które w nadchodzących trzech latach planowany jest wzrost sprzedaży (średnia ze wskazań)

Objaśnienia: każdej grupie respondenci mogli przypisać rangę od 1 do 6, przy czym 1 oznacza największy planowany wzrost sprzedaży, natomiast 6 oznacza najmniejszy planowany wzrost sprzedaży

Źródło: Badania ankietowe

Wykres 82 dokładniej przedstawia strukturę odpowiedzi na problem zamierzeń zwiększenia sprzedaży. Nie ma wątpliwości, że rynek krajowy uzyskał największą rangę. Dostrzec należy jednak bardzo wysoką rangę przypisaną planom zwiększenia sprze-

daży na rynki jedenastu nowych krajów członkowskich UE. Jeśli łącznie potraktujemy rangę pierwszą i drugą ze wskazań, to znaczenie tych rynków w planach wzrostu sprzedaży plasuje się na równi z krajami „starej UE” (czyli tzw. piętnastki).



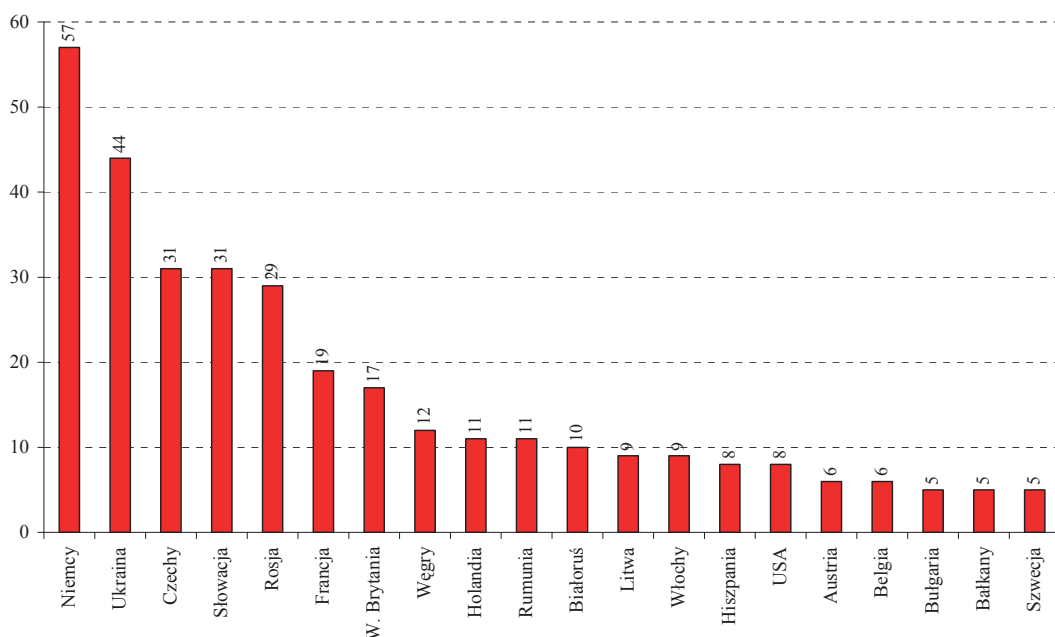
Wykres 82: Struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące deklarowanych zamierzeń zwiększenia sprzedaży na określone rynki

Źródło: Badania ankietowe

Na wykresie 83 zaprezentowane zostały najbardziej obiecujące rynki eksportowe – w opinii respondentów. W sumie, wskazano 65 krajów lub kierunków geograficznych, zatem lista jest długa (biorąc pod uwagę, że na to pytanie odpowiedzi udzieliły wszystkie ankietowane firmy). Na wykresie przedstawione zostały tylko najważniejsze, najczęściej wskazywane przez respondentów kraje.

Podobnie jak w poprzednim badaniu, jako najbardziej obiecujący rynek zbytu określone zostały Niemcy. Kraj ten wydaje się być naturalnym kierunkiem ekspansji handlowej, jest to jednocześnie duży i bliski rynek zbytu, dosyć dobrze znany małopolskim eksporterom, ze względu na jego wysoki udział w geograficznej strukturze eksportu. Wśród pozostałych krajów/rynków ocenianych przez firmy jako „najbardziej obiecujące” w następnej kolejności wymienione zostały Ukraina, Czechy, Słowacja, Rosja, Francja, W. Brytania, Węgry, Holandia, Ru-

munia oraz Białoruś. Lista tych krajów jest bardzo podobna do wskazań respondentów w zeszłym roku, niewielkim zmianom uległa kolejność w rankingu. Należy zauważyć, że na wysokich pozycjach znalazły się – zaraz za Niemcami – nowe kraje członkowskie UE, które znajdują się z bliskim sąsiedztwem geograficznym Małopolski (jest to potwierdzenie analiz bazujących na danych statystycznych eksportu z GUS, z których wynika, iż Małopolska charakteryzuje się wysoką intensywnością powiązań eksportowych właśnie z nowymi krajami członkowskimi UE), a także Ukraina i Rosja, które dla wielu eksporterów traktowane są jako rynki, co prawda trudne i ryzykowne, ale z bardzo dużym potencjałem. Poza krajami wyszczególnionymi na wykresie, respondenci wskazywali także na inne, aczkolwiek jak już wspomniano, są to raczej opinie pojedynczych firm: Dania, Łotwa, Libia, Norwegia, Szwajcaria, Bahrajn, Finlandia, Kazachstan, Portugalia, Turcja i inne.

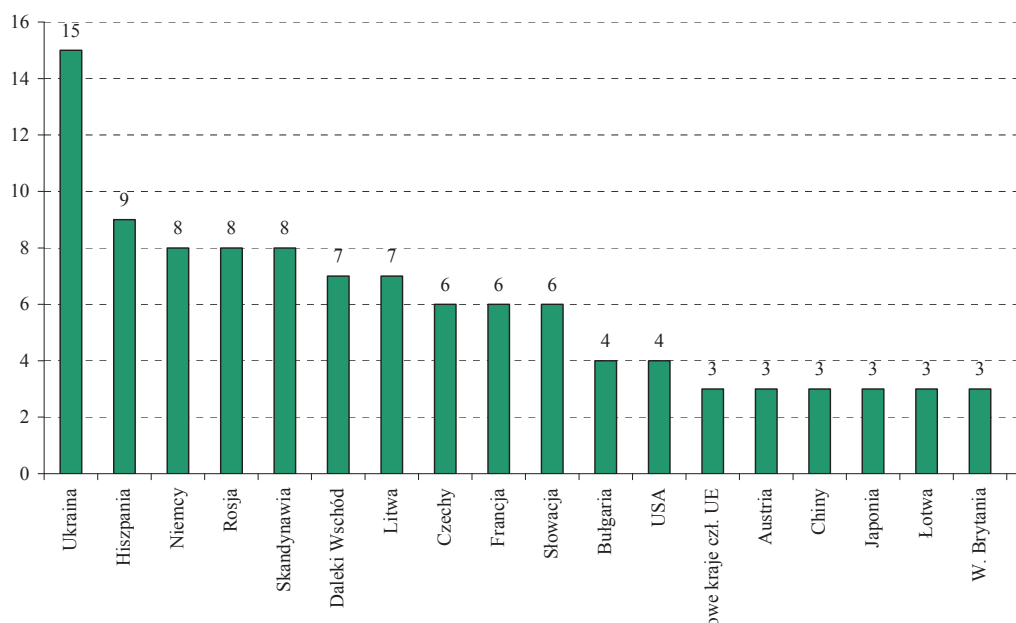


Wykres 83: Najbardziej obiecujące rynki eksportowe (liczba wskazań)

Źródło: Badania ankietowe

Nieco inaczej kształtuje się obraz konkretnych zamierzeń przedsiębiorców. Rynki, na które respondenci chcieliby wejść lub poznać to przede wszystkim: Ukraina, Hiszpania, Niemcy, Rosja oraz rynki krajów skandynawskich. Pozostałe kraje i kierunki

geograficzne (w tym Daleki Wschód, Litwa, Czechy, Francja i Słowacja) uzyskały mniejszą liczbę wskazań. Wykres 84 przedstawia tylko najważniejsze kraje, ich lista jest dłuższa, jednak są to pojedyncze wskazania.



Wykres 84: Rynki, na jakie Respondenci chcieliby wejść lub poznać

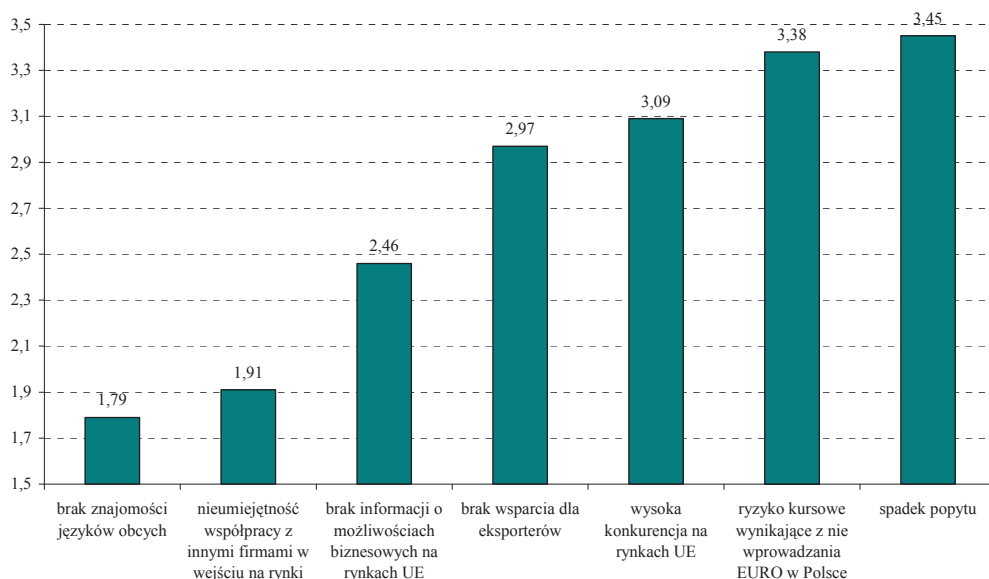
Źródło: Badania ankietowe

Kolejna kwestia poruszana w ankiecie dotyczy najważniejszych problemów w dalszej ekspansji eksportowej na rynki UE. Kolejność wskazań na poszczególne problemy jest w zasadzie identyczna jak w badaniu ubiegłorocznym, z tą różnicą, że dodany został kolejny czynnik „spadek popytu”, który uplasował się na pierwszej pozycji. Dowodzi to, że respondenci silnie odczuwają skutki kryzysu na najważniejszych rynkach eksportowych. Analiza szczegółowych odpowiedzi prowadzi do wniosku, że dla 29% firm spadek popytu jest bardzo dużym problemem (dla 29% jest to duży problem). Na drugim miejscu (z bardzo podobnym poziomem wskazań, jak spadek popytu) respondenci wskazali ryzyko kursowe wynikające z niewprowadzania euro. Gdy przeanalizujemy szczegółową strukturę odpowiedzi na to pytanie, 31% respondentów stwierdza, że zmienność kursów jest bardzo dużym problemem, jeżeli chodzi o ekspansję eksportową na rynki UE (27%, że dużym). W porównaniu z ubiegłorocznym badaniem, wzrósł odsetek firm deklarujących, że dużym problemem jest konkurencja na rynkach UE, co wiąże się ze spadkiem popytu i wspomnianym już wcześniej zjawiskiem określanym w kolokwialny sposób jako „skurczenie się rynku, na którym zrobiło się ciasno”. Po prostu w czasie złej koniunktury, gdy firmom trudniej jest sprzedać swoją produkcję, konkurencja na rynku rośnie.

Czwarte miejsce zajął „brak wsparcia dla eksporterów”. Gospodarka rynkowa spowodowała, że większość eksporterów nie cechuje już postawa roszczeniowa. 18% z nich uważa, że brak wsparcia eksporterów może być bardzo dużą przeszkodą w ekspansji na rynki UE. 19% jest zdania, że jest dla nich przeszkodą ważną, ale dla 20% jest to czynnik o bardzo małym znaczeniu, a dla 19% o małym. O tym, że rynek UE jest dobrze znany świadczy również to, że brak informacji o możliwościach biznesowych za bardzo ważną przyczynę hamującą przyszłą ekspansję uważa tylko 10% respondentów. 14% traktuje to jako przeszkodę ważną, natomiast 35,3% jako bardzo mało ważną, a 17,3% jako mało ważną.

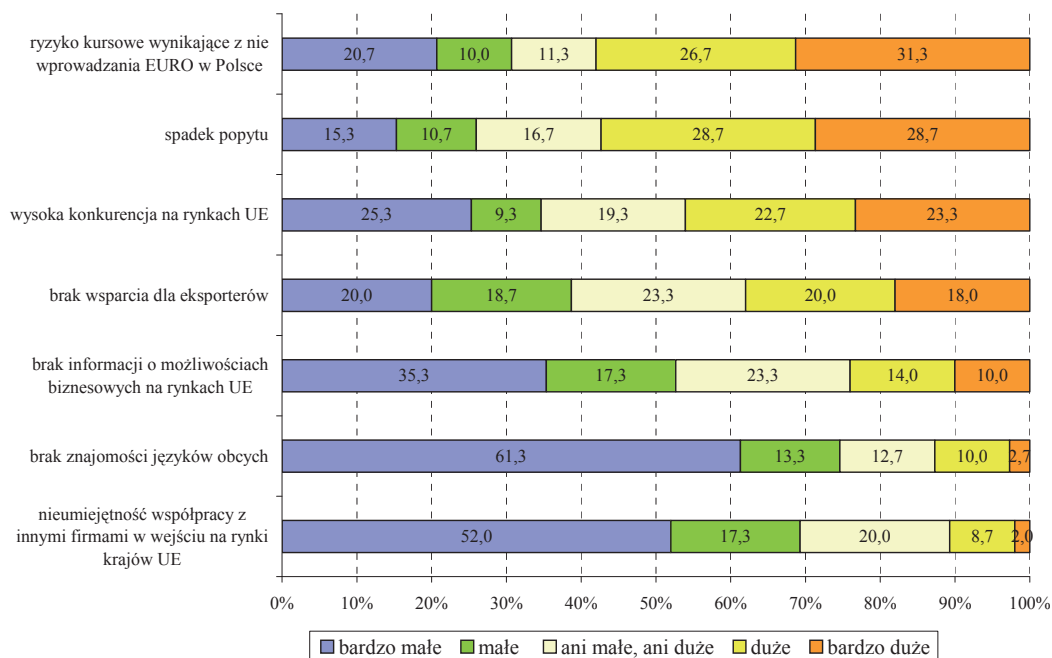
Przeszkodą w realizacji ekspansji nie jest też nieznanomość języków obcych. Aż dla 61,3% jest to czynnik o bardzo małym znaczeniu, a dla 13,3% o małym. Tylko dla 2,7% stanowi to bardzo ważny problem w dalszej ekspansji eksportowej do UE.

55% respondentów uważa, że nieumiejętność współpracy z innymi firmami ma bardzo małe znaczenie w dalszej ekspansji eksportowej na rynki UE. Potwierdza to wcześniejsze opinie o tym, że firmy nie dostrzegają korzyści, których źródłem mogłaby być kooperacja z innymi eksporterami. Być może powodem tego przekonania jest fakt, że same radzą sobie dobrze, ale współpraca mogłaby prowadzić do większych korzyści w drodze np. obniżki kosztów.



Wykres 85: Najważniejsze problemy w ekspansji eksportowej na rynki krajów UE (średnia ze wskazań)

Źródło: Badania ankietowe



Wykres 86: Struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące najważniejszych problemów w ekspansji eksportowej na rynki krajów UE

Źródło: Badania ankietowe

W pytaniu otwartym, respondenci wskazywali też na indywidualne problemy w dalszej ekspansji na rynki UE. Ponownie, wielokrotnie podkreślano spadek popytu (problemy ze sprzedażą), problemy z uzyskiwaniem pozwolenia na pracę w tych krajach UE, które nie zliberalizowały jeszcze dostępu do swoich rynków pracy dla Polaków (przede wszystkim chodzi o Niemcy), problemy z płynnością finansową (jako skutek kryzysu), niechęć zagranicznych odbiorców do polskich produktów (tzw. solidarność krajowa), bariery kulturowe utrudniające wejście na rynki krajów UE.

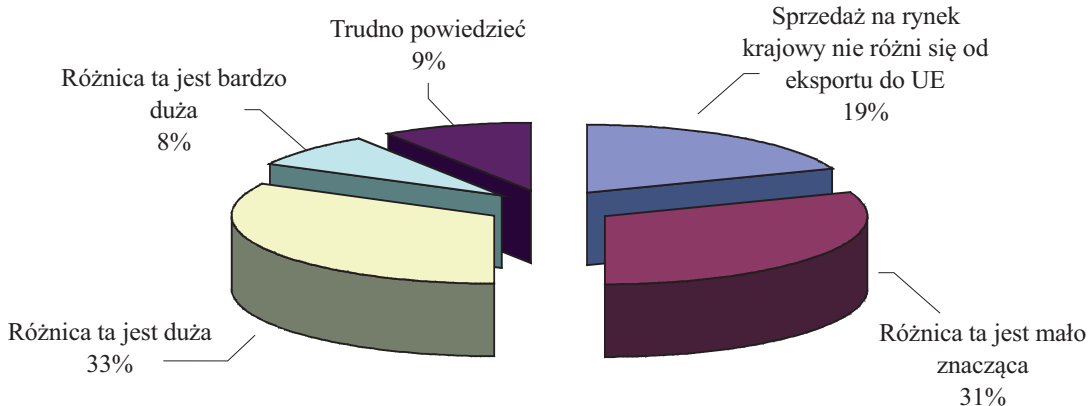
Jeśli pod uwagę weźmiemy różnicowanie wielkości przedsiębiorstw (pod względem wielkości zatrudnienia), to dla firm mikro istotnym problemem jest – na tle innych grup firm – brak informacji o możliwościach biznesowych na rynkach UE, a także nieumiejętność współpracy z innymi firmami w wejściu na rynki UE oraz brak znajomości języków obcych. Dla firm małych problemem jest ryzyko kursowe. Dla średnich wysoka konkurencja na rynkach UE oraz brak wsparcia dla eksporterów. Natomiast dla firm dużych jest to spadek popytu.

W literaturze ekonomicznej oraz ze strony niektórych eksportujących przed-

siębiorstw pada stwierdzenie, że w warunkach członkostwa Polski w UE, sprzedaż na rynek krajowy nie różni się od eksportu do UE (wewnątrzspółnotowej dostawy towarów), gdyż praktycznie „zatarła” się różnica między rynkiem krajowym, a rynkiem wewnętrznym/jednolitym UE. Poprosiliśmy respondentów o opinię. 9% respondentów nie ma zdania w tej kwestii. Zdaniem 19%, sprzedaż na rynek krajowy nie różni się od eksportu do UE, zdaniem 31% różnica jest, przy czym jest ona mało znacząca. 8% firm deklaruje, że różnica ta jest bardzo duża, 33% że duża. Uzyskane wyniki nie potwierdzają zatem często stawianej tezy, że członkostwo w UE doprowadziło do zatarcia granicy między rynkiem krajowym oraz rynkiem wewnętrznym UE. Nawet, jeśli połowa respondentów deklaruje, że różnicy tej nie ma, bądź jest ona mało znacząca, to dla 41% różnica ta jest duża lub bardzo duża. Jest wysoce prawdopodobne, że wraz z upływem czasu, coraz większym doświadczeniem w działaniu na rynku wewnętrznym UE oraz rosnącą skalą eksportu – dla większej liczby firm różnica ta będzie się zacierała. Większa skala działania sprzyja standaryzacji procedur oraz strategii sprzedaży i może prowadzić do zacierania różnicy

między rynkiem krajowym i rynkiem wewnętrznym UE. Z drugiej strony dużo zależy od tego, w jaki sposób zorganizowany jest

dział eksportu w firmie, jaki jest charakter oferty eksportowej, na jakie konkretnie rynki realizowany jest eksport itp.



Wykres 87: Czy w warunkach członkostwa Polski w UE sprzedaż na rynek krajowy różni się od eksportu do UE (od wewnątrzspółnotowej dostawy towarów)?

Źródło: Badania ankietowe

16.6. Oczekiwania w zakresie wsparcia aktywności eksportowej, ryzyko płatności

Z punktu widzenia działań promocyjnych planowanych bądź podejmowanych przez regionalne władze istotne jest poznanie oczekiwań eksporterów odnośnie rodzajów wsparcia. W porównaniu z badaniem ubiegłorocznym, kolejność wskazań uległa nieznacznym zmianom.

Na pierwszym miejscu znalazła się prezentacja oferty Małopolski na targach i wystawach zagranicznych. Druga pozycja to promocja firm/produktów/usług regionalnych poza granicami Polski. Wysoka ranga potrzeb w zakresie prezentacji i promocji jest zrozumiała, gdyż akcje tego rodzaju są kosztowne, wymagają wcześniejszej akcji marketingowej i często przekraczają możliwości pojedynczego eksportera, przy czym ich skuteczność jest z reguły wysoka, ponieważ dzięki dobrej promocji można pozyskać znaczącą liczbę nowych klientów.

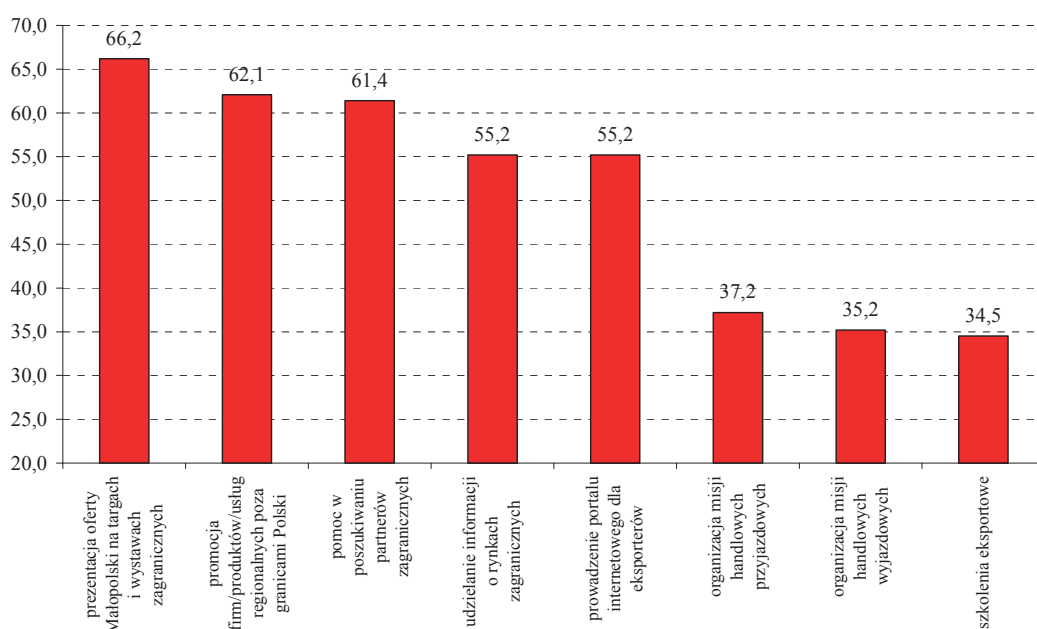
Relatywnie dużo wskazań otrzymały też: pomoc w poszukiwaniu partnerów zagranicznych, udzielanie informacji o rynkach zagranicznych oraz prowadzenie portalu internetowego dla eksporterów. Co prawda, informacje takie firmy mogą pozyskać

– w znacznym stopniu – samodzielnie, to w praktyce może być to trudne zwłaszcza w przypadku małych firm. Część respondentów, zatem nie czuje się dostatecznie samodzielna, aby indywidualnie podjąć poszukiwania partnerów handlowych. Być może tego rodzaju oczekiwania są wynikiem pewnego niedoinformowania przedsiębiorców, że istnieją agencje, które pośredniczą w nawiązywaniu tego rodzaju kontaktów. Skutecznym rozwiązaniem mógłby okazać się portal internetowy, prowadzony przez władze regionalne, który pełniłby nie tylko funkcję informacyjną, ale też służyć wymianie doświadczeń, czy zawierał różnego rodzaju informacje dotyczące np. nieuczciwych kontrahentów (na wzór bazy danych o nieuczciwych dłużnikach).

Zdecydowanie mniejsze potrzeby deklarowane są w kwestii: organizacji misji handlowych przyjazdowych i wyjazdowych, a także szkoleń eksportowych. Tak jak w roku ubiegłym, szkolenia eksportowe znalazły się na ostatniej pozycji. Wydaje się, że wiele firm w takowych szkoleniach brała już udział. Część z respondentów – jak dowodzą osobiste doświadczenia autorów – twierdzi, że szkolenia takie są albo nieprzydatne, albo tematy powtarzają się i nic nowego i odkrywczego nie wnoszą. Popyt na

tego typu szkolenia wydaje się polaryzować. Z jednej strony, zainteresowane są nimi firmy, które dopiero planują wejście na zagraniczne rynki i ich poziom wiedzy na temat np. formułowania strategii eksportu, ryzyka handlu zagranicznego, negocjacji, uzansów i zwyczajów handlowych czy np. form płatności jest bardzo niski. Z drugiej strony potrzeby szkoleń zgłaszają nie nowicjusze, ale doświadczeni eksporterzy i chodzi im o szkolenia z zakresu bardzo specjalistycznej problematyki. Nie wydaje się zatem,

żeby władze regionalne – biorąc pod uwagę rangę tego czynnika – musiały podejmować jakieś działania polegające na przykład na organizacji szkoleń. Ci z respondentów, którzy mają potrzeby w tym zakresie, z pewnością mogą skorzystać z dosyć ich bogatej oferty na rynku i wybrać rodzaj szkolenia najbardziej odpowiadający swoim potrzebom – przy ewentualnym dofinansowaniu na przykład ze środków dostępnych w ramach programów UE.



Wykres 88: Oczekiwania dotyczące pomocy od władz regionu w zakresie wsparcia wymiany handlowej?

Objaśnienia: Procent wskazań na każdy z rodzajów pomocy. Procenty nie sumują się do 100, gdyż respondenci mogli wskazać na kilka form oczekiwanej pomocy

Źródło: Badania ankietowe

W ramach pytania otwartego, udzielone zostały także bardziej indywidualne odpowiedzi, które odzwierciedlają specyficzne problemy eksporterów. Są to: pomoc w pozyskiwaniu funduszy unijnych oraz uproszczenie procedur związanych z dostępem do tych funduszy; zmniejszenie biurokracji, która utrudnia prowadzenie działalności gospodarczej i eksportowej; pomoc w dostępie do środków finansowych (kredytów) na inwestycje. Wskazano też na bardzo specyficzne problemy, z jakimi borykają się eksporterzy, z których część może być rozwiązana przy

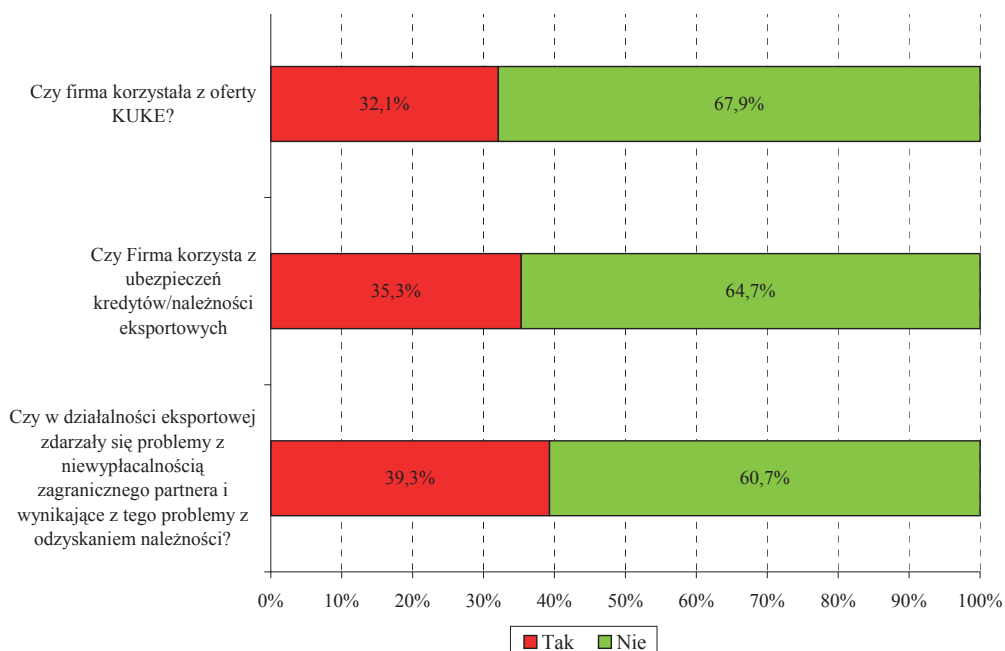
wspierciu władz regionalnych (naprawa dróg i poprawa lokalnej infrastruktury), część z pewnością nie może (unikanie podwójnego opodatkowania, obniżka podatków). Pojawily się też opinie, zgodnie z którymi firmy mają dobre relacje z władzami regionalnymi i na bieżąco zgłaszają nurtujące problemy, w rozwiązaniu których władze regionalne mają moc sprawczą.

Z działalnością eksportową wiąże się ryzyko, w tym ryzyko płatności. Firmy mają coraz większą wiedzę na temat sposobów zabezpieczania płatności w handlu zagra-

nicznym. Wynika to z własnych doświadczeń, szkoleń poświęconych tej problematyce, ale zwłaszcza z wzrostu świadomości wśród menadżerów na temat ryzyka. W ankiecie umieszczone zostały pytania wiążące się z ubezpieczeniami kredytów/należności eksportowych.

W porównaniu z poprzednim badaniem, praktycznie nie zmienił się odsetek wskazań na pytanie czy w działalności eksportowej zdarzały się problemy z niewypłacalnością zagranicznego partnera i wiążące się z tym trudności z odzyskaniem należności. 40% respondentów miało takie problemy. Nieznacznie zmniejszył się odsetek firm, które korzystają z ubezpieczeń kredytów należności eksportowych (35,3% wobec 38% rok

temu) oraz tych, które korzystały z oferty KUKE (32% wobec 37% rok temu). Trudno wyciągać z tego jakieś bardziej konkretne wnioski. Najważniejszą informacją jest to, że odsetek firm, które odnotowały problemy z niewypłacalnością partnerów nie uległ zmianie w czasie, gdy koniunktura na głównych rynkach eksportowych uległa znacznemu pogorszeniu i jednocześnie w przypadku wielu firm pogorszyła się ich kondycja finansowa. Mniejszy odsetek firm korzystających z ubezpieczeń (w tym z oferty KUKE) może dowodzić, że firmy coraz lepiej rozpoznają ryzyko płatności i na przykład unikają kontaktów handlowych z niewiarygodnymi partnerami, bądź stosują inne metody zmniejszania ryzyka płatności.



Wykres 89: Ubezpieczenia kredytów/należności eksportowych

Źródło: Badania ankietowe

Dodatkowe informacje udzielone na zasadzie pytania otwartego wskazują, że znaczna część firm (36 wskazań) po prostu nie widzi potrzeby ubezpieczania należności eksportowych, przy czym trudno powiedzieć czy ryzyko płatności jest niskie, czy raczej nie zdają sobie sprawy z jego wielkości. Część respondentów deklaruje, że utrzymują stosunki handlowe ze sprawdzonymi partnerami oraz (6) realizują rozliczenia gotówkowe bądź transakcje z przedpłatą. Inne opinie to:

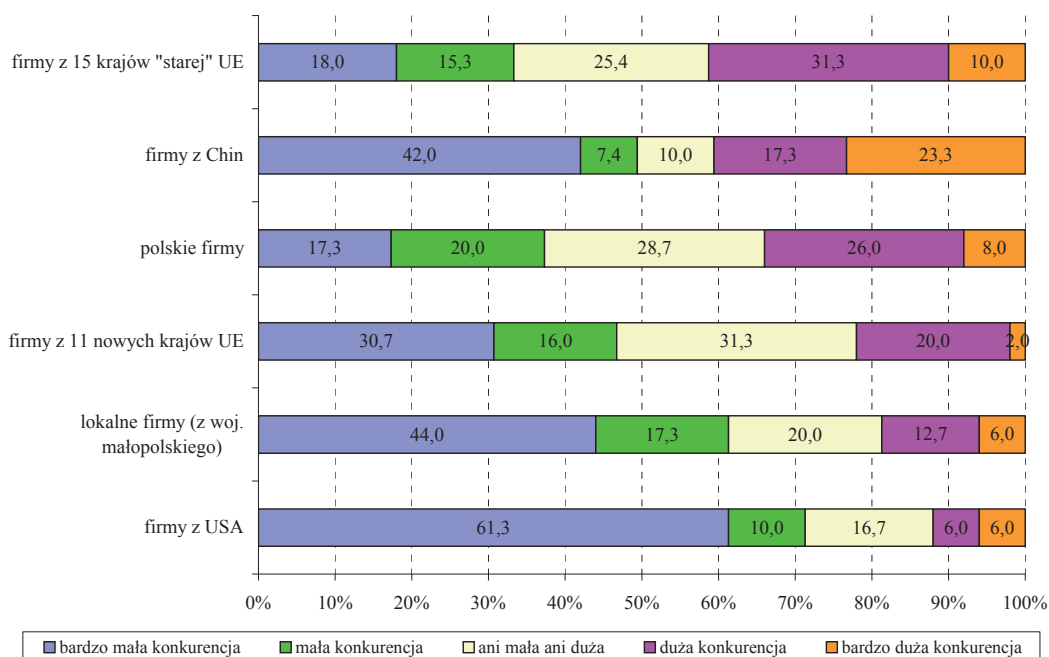
zbyt duże koszty ubezpieczeń, są one zbyt skomplikowane, ryzyko niewypłacalności wliczone w ogólne ryzyko działania firmy.

Problemy najczęściej odnotowywane są w kontaktach z partnerami z Niemiec (19 wskazań), Ukrainy (9), Słowacji (8), Czech (6) oraz z innych krajów (Włochy, Francja, Holandia, Rumunia, W. Brytania, Austria, Dania, Litwa, Rosja, Szwajcaria, Węgry, Bliski Wchód, były ZSRR, Grecja, Kanada, Kazachstan, Mołdawia oraz Serbia).

16.7. Ocena konkurencji na rynku

Polskie firmy, sprzedając produkty na zagranicznych rynkach, spotykają się z konkurencją ze strony dostawców z innych krajów. Najsilniejsza konkurencja (bardzo duża i duża) dotyczy firm z 15 krajów „starej” UE, co jest zrozumiałe, gdyż rynki tych krajów mają największe znaczenie w geograficznej strukturze eksportu firm Małopolski. Jeśli

jednak pod uwagę weźmiemy tylko wskazania „bardzo duża konkurencja”, to dotyczy ona dostawców z Chin. Dla 23% respondentów konkurencja ta jest bardzo silna. Duża konkurencja (26% wskazań) odczuwana jest ze strony innych polskich firm, które wchodzi na podobne rynki eksportowe, co respondenci. Najmniejsza presja konkurencji dotyczy firm lokalnych (z Małopolski), a także firm z USA.



Wykres 90: Jak silna jest konkurencja ze strony dostawców z wybranych krajów (grup krajów) na rynkach eksportowych, na których firmy z Małopolski oferują swoje produkty

Źródło: Badania ankietowe

Główne źródła przewagi konkurencyjnej tych firm określone zostały jako:

- konkurencyjne ceny (76 wskazań),
- niskie koszty pracy - głównie w Chinach - (13),
- konkurentami są duże korporacje, które mają lepszy dostęp do kapitału i lepszą logistykę (12),
- tradycja, znana, promowana marka, z którą trudno jest konkurować polskim firmom (9),
- jakość produktów (8),
- bliskość klientów, bezpośrednia obecność na rynku (7),
- zaawansowanie technologiczne i innowacyjność (7),
- a także: duże doświadczenie konkuren-

tów, ich długa obecność na rynku; szerszy, bardziej kompleksowy asortyment; specjalizacja.

16.8. Charakter współpracy w eksporcie, realizacja strategii rozwoju eksportu

48% respondentów deklaruje, że przy realizacji produkcji eksportowej współpracuje z innymi przedsiębiorstwami. Jest to wzrost w porównaniu z badaniem zeszłorocznym, kiedy to taką współpracę deklarowało 37% respondentów. Charakter tej współpracy polega głównie na tym, że w 40% współpracujące firmy są dostawcami respondentów. W 31% przypadków mówimy o tym,

że respondenci pełnią wyłącznie rolę poddostawców. Natomiast 29% firm nawiązało współpracę polegającą na wzajemnej współpracy – z jednej strony respondenci są podwykonawcami, a z drugiej dostawcami tych samych firm. Są to przede wszystkim firmy z Małopolski oraz pozostałych regionów Polski, w mniejszym stopniu z sąsiednich województw.

73% firm realizuje eksport bezpośredni do ostatecznego odbiorcy, 23% przez pośredników. Sześćcioro respondentów posiada własne placówki handlowe za granicą.

80% respondentów sprzedaje produkty tylko pod własną marką lub przede wszystkim pod własną marką. Jest to praktycznie taki sam odsetek jak w badaniu zeszłorocznym. 13% sprzedaje przede wszystkim lub tylko pod marką zagranicznych kooperantów. Pozostali sprzedają swoje produkty bez marki, są to raczej produkty masowe, względem których marki nie można określić/wyróżnić.

Dla wielu firm, zwłaszcza tych mało doświadczonych, rozpoczęcie i rozwijanie eksportu nie jest kwestią łatwą, tym bardziej, że – jak wynika z deklaracji respondentów – dla znacznej części z nich, różnica między sprzedażą krajową a eksportem do UE jest duża. Rynki UE wydają się być dosyć „bliskimi” pod względem geograficznym, kulturowym, prawnych itp. Zatem sprzedaż na rynki bardziej odległe, dla wielu firm jest jeszcze większym wyzwaniem. Tym ważniejsze jest przygotowanie i wdrożenie odpowiedniej strategii rozwoju eksportu. Strategia taka obejmuje wiele kwestii, w tym kluczowe, bazowe pytania czy firma jest gotowa na rozpoczęcie eksportu, analizę wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań podjęcia decyzji o eksporcie, sposoby wejścia na zagraniczne rynki, wybór rynków eksportowych, analizę pozycji konkurencyjnej firmy na tychże rynkach i inne. 44% respondentów opracowało taką strategię i ją realizuje. Jest to o 7 pkt. procentowych więcej niż w roku poprzednim, co z optymizmem pozwala spojrzeć na działania małopolskich eksporterów. Spośród tych firm, które takiej strategii nie realizują, 27% procent planuje jej opracowanie. Jest to mniejszy odsetek wskazań niż w minionym badaniu ankietowym (40%). Można wnioskować, że te firmy, które taką strategię planowały przygotować i realizować, już to zrobiły. Te, które jeszcze

tego nie zrobiły, prawdopodobnie tego nie uczynią. W tym kontekście można zastanowić się nad uświadomieniem eksporterów, że taka strategia może ułatwić ekspansję eksportową. Na przykład w ramach internetowego portalu dla eksporterów takie działania mogłoby zostać przeprowadzone.

Widać wyraźne różnice, jeśli chodzi o zależność między wielkością firmy pod względem zatrudnienia, a formułowaniem i wdrażaniem strategii eksportowych. Im firma jest większa, tym wyższy odsetek wskazań, potwierdzających, że strategia taka jest realizowana (33% w firmach mikro, 36% w małych, 51% w średnich oraz 73% w dużych).

16.9. Ocena skutków członkostwa w UE

Od momentu akcesji Polski do UE minęło już ponad 5 lat. Firmy mają więc raczej ugruntowane poglądy na temat skutków tego członkostwa. Na liście umieszczone zostały zarówno skutki o charakterze pozytywnym, jak i negatywnym. Zamierzeniem badawczym było zidentyfikowanie percepcji pozytywnych i negatywnych skutków członkostwa i określenie czy, oraz na ile jedne przeważają nad drugimi.

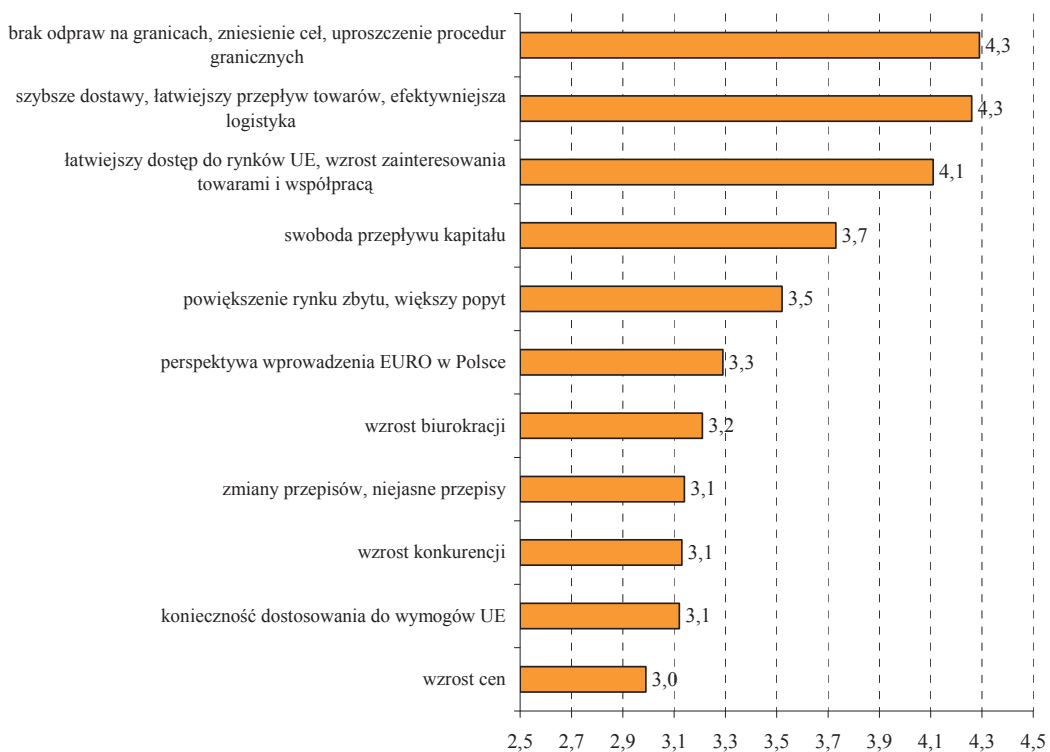
Respondenci przede wszystkim wskazali na korzyści w postaci braku odpraw na granicach wynikające ze zniesienia ceł i uproszczenia procedur granicznych. Skutkiem powyższego są szybsze dostawy, łatwiejszy przepływ towarów w UE i efektywniejsza logistyka. Z punktu widzenia eksporterów oznacza to, że do rynków krajów UE jest po prostu lepszy dostęp, czego rezultatem jest wzrost zainteresowania towarami z Polski i współpracą z polskimi eksporterami. Analiza szczegółowej struktury odpowiedzi na to pytanie potwierdza, że dla respondentów skutki te mają duże oraz bardzo duże znaczenie. Najwięcej wskazań „bardzo duże znaczenie” (ponad 63%) dotyczy braku odpraw na granicy, zniesienia ceł i uproszczenia procedur granicznych. Na 4. pozycji znalazł się swobodny przepływ kapitału. Z punktu widzenia eksportującej firmy swoboda przepływu kapitału oraz realizowania płatności ma trudne do przecenienia znaczenie. Można ponadto przypuszczać, że największy z respondentów przygotowują się do innych niż eksport form obecności na rynku wewnętrznym i wraz z upływem cza-

su, wzrostem sprzedaży, zdobywaniem doświadczenia będą w krajach UE dokonywać inwestycji bezpośrednich – korzystając ze swobody przepływu kapitału. Jak wcześniej wspomniano, 30% całości próby stanowią podmioty z udziałem kapitału zagranicznego. 91% z nich to firmy założone przed wejściem Polski do UE, jednak sam fakt, że są to firmy z kapitałem pochodzących z innych krajów bez wątplenia przyczynił się do wysokiej pozycji swobody przepływu kapitału na liście skutków członkostwa w UE.

Na kolejnej pozycji znalazło się powiększenie rynku zbytu (większy popyt). Prawdopodobnie skutek ten uzyskałby więcej wskazań duże oraz bardzo duże znaczenie, gdyby stan koniunktury w krajach UE był inny niż jest obecnie, w czasie kryzysu. Część korzyści z tytułu swobodnego dostępu do dużego, jednolitego rynku wewnętrznego UE jest – jak wcześniej wspomniano – zredukowana przez to, że w wyniku dekonunktury rynek ten się „skurczył”. Perspektywa wprowadzenia euro znalazła się na ostatniej pozycji spośród pozytywnych skutków członkostwa w UE. Jak wynika z odpowiedzi na wcześniejsze pytania, brak wejścia Polski do strefy euro oraz wiążące się z tym ryzyko kursowe jest bardzo poważnym problemem dla eksporterów. Tak niskie wskazania na perspektywę wprowadzenia euro w Polsce (jednocześnie tak oczekiwane przez eksporterów) wynikają bez wątpienia z faktu, że perspektywa ta odsuwa się w czasie.

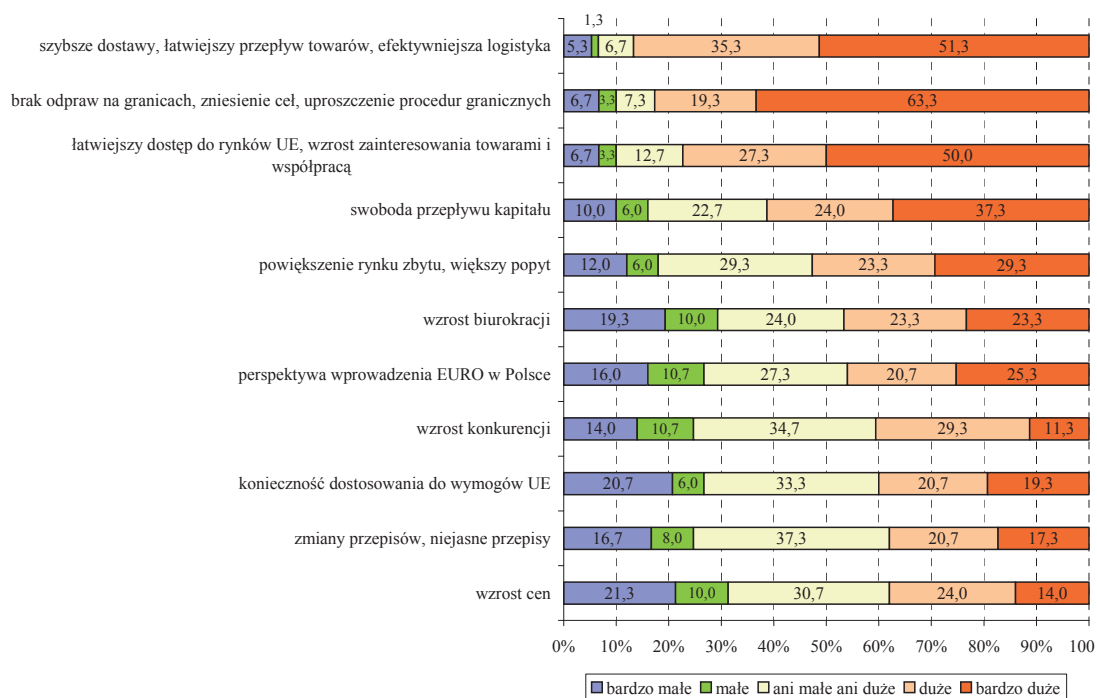
Analizując średnią ze wskazań na poszczególne skutki, w następnej kolejności zostały wskazane negatywne konsekwencje

członkostwa w UE. Podkreślić należy, że respondenci bardzo wyraźnie odseparowali pozytywne skutki od negatywnych, co dowodzi, że te pierwsze przeważają nad drugimi. Jako najbardziej dotkliwy negatywny skutek określono wzrost biurokracji (dla ponad 23% respondentów jest to czynnik o dużym lub bardzo dużym znaczeniu). Nadmienić trzeba, że „część” ze wzrostu biurokracji respondentci utożsamiają z faktem samego członkostwa w UE i przyjęcia przez Polskę *acquis communautaire*, druga „część” wynika natomiast z tego, że biurokracja wzrosła z powodu niewłaściwego wprowadzenia unijnych przepisów i procedur. Jako przykład przedsiębiorcy podają przepisy prawne dotyczące podatku od wartości dodanej, bądź procedury związane z funduszami strukturalnymi UE. W następnej kolejności uplasowały się: zmiany przepisów (niejasne przepisy), wzrost konkurencji (odczuwany przede wszystkim z tego powodu, że tak jak polskim firmom łatwiej jest wejść i działać na rynkach krajów UE, tak firmom z krajów UE łatwiej jest działać w Polsce), konieczność dostosowania do wymogów UE (traktowana jako „cena”/koszt, który trzeba było ponieść, aby korzystać ze swobodnego dostępu do rynku wewnętrznego) oraz wzrost cen. Wzrost cen często w zbyt pobieżny sposób identyfikowany jest jako skutek akcesji do UE. Część cen faktycznie wzrosła w związku z wejściem do UE (na przykład wzrost popytu – eksportu – na żywność spowodował wzrost cen w Polsce), część natomiast jest wynikiem zmian cen surowców, a zwłaszcza nośników energii, na rynku światowym.



Wykres 91: Ocena skutków członkostwa w UE (średnia ze wskazań)

Źródło: Badania ankietowe

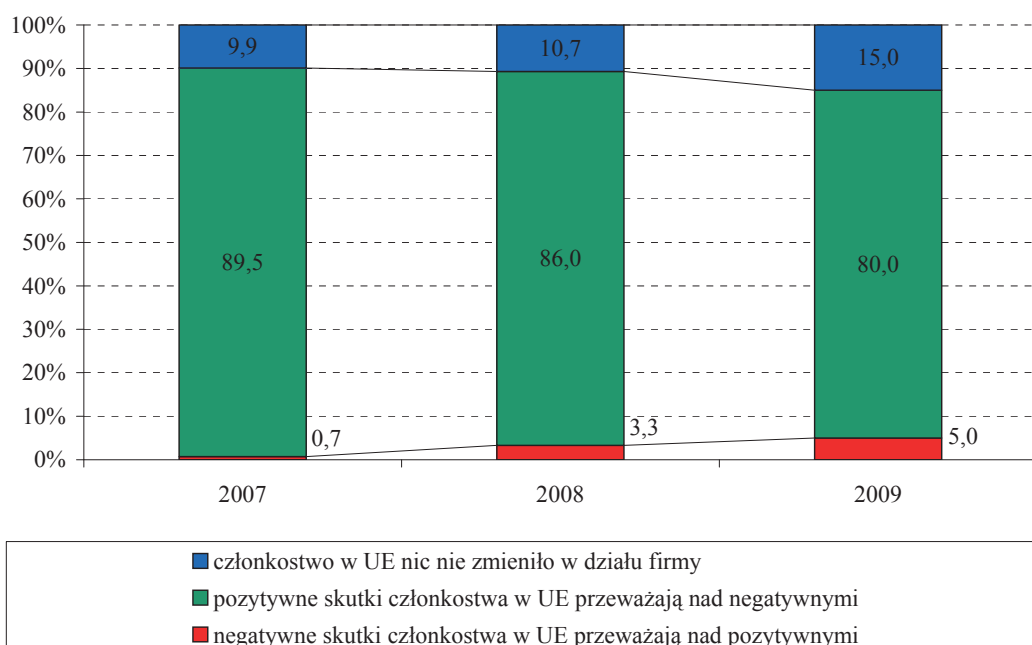


Wykres 92: Struktura odpowiedzi na pytanie dotyczące skutków członkostwa w UE

Źródło: Badania ankietowe

Ogólna ocena konsekwencji członkostwa w UE jednoznacznie wskazuje na przewagę skutków pozytywnych nad negatywnymi. Zdaniem 80% respondentów, pozytywne skutki przeważają nad negatywnymi, zdaniem 5% firm negatywne skutki przeważają nad pozytywnymi. W opinii 15% respondentów akcesja do UE nie wpłynęła na działanie firmy. Na wykresie 93 zestawione zostały odpowiedzi na pytanie dotyczące skutków członkostwa za poprzednie lata. Wyraźna jest tendencja, zgodnie z którą maleje odsetek „przewaga pozytywnych konsekwencji nad negatywnymi”, rośnie odsetek wskazań „przewaga negatywnych konsekwencji nad pozytywnymi” oraz „bez zmian”. Z czego

wynikają powyższe zmiany? Wraz z upływem czasu, respondenci są w stanie lepiej ocenić konsekwencje członkostwa. Coś, co na początku wydawało się być „ewidentnie” korzyścią wynikającą z akcesji do UE – albo straciło na znaczeniu, albo na przykład było skutkiem dobrej koniunktury na świecie i z członkostwem miało niewiele wspólnego. Część kosztów (na przykład biurokracja związana z funduszami UE) okazała się większa niż pierwotnie to postrzegano. W postrzeganiu zjawisk gospodarczych przez pryzmat czasu występuje tzw. efekt przestrzelenia. Polega on na tym, że początkowa ocena zbyt mocno uwypukla korzyści, niedoszacowuje natomiast koszty.



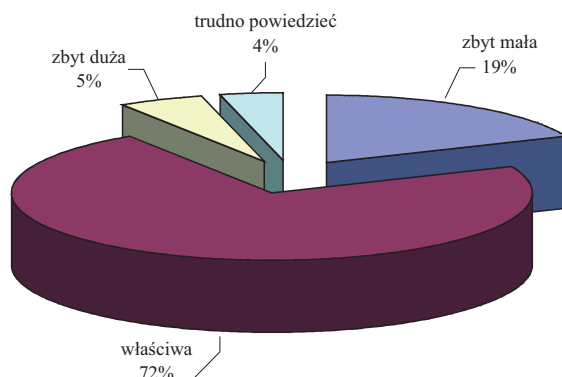
Wykres 93: Ocena skutków członkostwa w UE (% wskazań)

Źródło: Badania ankietowe

16.10. Wpływ sytuacji w eksporcie na rynek pracy

Sytuacja w eksporcie ma swoje przełożenie na poziom zatrudnienia w firmach. Obserwowany spadek dynamiki wzrostu eksportu, a także deklarowany w badaniu ankietowym spadek popytu na eksport małopolskich przedsiębiorstw są niepokojące. Mogą z czasem negatywnie wpłynąć na po-

ziom zatrudnienia. 72% respondentów odpowiedziało, że aktualna wielkość zatrudnienia jest właściwa, w odniesieniu do sytuacji w eksporcie. Odsetek wskazań „zbyt mała”, jest blisko czterokrotnie wyższy niż „zbyt duża”. Na podstawie uzyskanych wyników nie należy przewidywać, żeby obserwowane załamanie koniunktury w eksporcie miało poważniejsze, negatywne konsekwencje dla rynku pracy.



Wykres 94: Ocena aktualnej wielkości zatrudnienia w odniesieniu do sytuacji w eksporcie

Źródło: Badania ankietowe

Respondenci poproszeni zostali też o podanie bardziej precyzyjnych wskazań, dotyczących prognozowanych zmian zatrudnienia na rok 2009 oraz 2010 – w stosunku do roku 2008 – w związku z rozwojem sytuacji w eksporcie. Przede wszystkim podkreślić należy, że większość firm nie przewiduje zmian w poziomie zatrudnienia. W 2009 roku 56% respondentów deklaruje, że względem roku 2008 poziom zatrudnienia pozostanie bez zmian, dla prognozy na rok 2010 odsetek ten jest wyższy i wynosi 72%. Tabela 28 przedstawia strukturę wskazań tych respondentów, którzy prognozują spadek lub wzrost zatrudnienia. W tabeli nie podajemy struktury wskazań prognozy na rok 2010 ze względu na to, że tylko siedem firm prognozuje spadek, zatem nie ma sensu analizowanie tak małego rozkładu, ze względu na możliwość popełnienia błędu. Analizując poniższą tabelę, pamiętać trzeba, że zarówno w roku 2009 jak i w 2010 więcej firm prognozuje wzrost, niż spadek zatrudnienia.

Jeśli chodzi o prognozę na rok 2009, to w tych firmach, w których przewiduje się spadek zatrudnienia, dla większości responden-

tów (52%) nie będzie on większy niż 10%. W 18,5% firm redukcje zatrudnienia obejmą między 11 a 20% zatrudnionych, dla kolejnych 18,5% - między 21 a 30% zatrudnionych. 11% respondentów antycypuje spadek większy niż 30%. W tych firmach, które przewidują wzrost zatrudnienia, w większości (53%), nie będzie on większy niż 10% zatrudnionych, blisko jedna trzecia deklaruje wzrost zatrudnienia w przedziale 11-20%. Biorąc pod uwagę prognozę na rok 2010, można stwierdzić, że jest ona nieco bardziej optymistyczna, niż dla roku 2009.

Wniosek, jaki należy wysunąć jest taki, że poważniejsze zmiany zatrudnienia w związku z sytuacją w eksporcie nie są antycypowane. Z punktu widzenia indywidualnego pracownika bez wątpienia sytuacja wygląda inaczej, gdyż znalezienie się w „grupie statystycznych 10% zwalnianych osób” jest często dramatem życiowym. Z drugiej jednak strony można też znaleźć się w „grupie 10% wzrostu zatrudnienia” – co nakazuje nam pamiętać o naturalnych procesach fluktuacji kadr, może nieco silniejszych w okresie kryzysu.

Tabela 28: Struktura wskazań respondentów dotyczących prognoz zmian (spadku lub wzrostu) zatrudnienia na rok 2009 oraz 2010 (względem roku 2008)

	2009 względem 2008	2010 względem 2008
Wskazania firm, które wskazały „spadek” zatrudnienia		
10 i mniej %	51,9%	-
11- 20 %	18,5%	-
21-30%	18,5%	-
31% i więcej	11,1%	-
Razem	100%	

Wskazania firm, które wskazały „wzrost” zatrudnienia		
10 i mniej %	53,1%	46,7%
11- 20 %	31,3%	36,7%
21-30%	9,4%	6,7%
31% i więcej	6,3%	10,0%
Razem	100%	100%

Źródło: Badania ankietowe

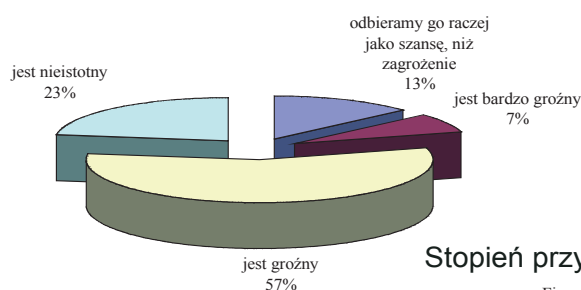
16.11. Eksporterzy w obliczu światowego kryzysu gospodarczego, perspektywy funkcjonowania w nadchodzących latach

W większości ankietowanych firm, światowy kryzys gospodarczy oceniany jest jako zagrożenie (57% respondentów), 23% ocenia go jako nieistotny, dla 7% jest on bardzo groźny, 13% firm postrzega go raczej jako szansę niż zagrożenie. Szansa wynikać może na przykład z tego, że konsumenci ze „starych” krajów członkowskich UE w czasie kryzysu rezygnują z drogich, markowych produktów i szukają tańszych ich substytutów, o odpowiednio wysokiej jakości, które są w stanie zaoferować eksporterzy z „nowych”

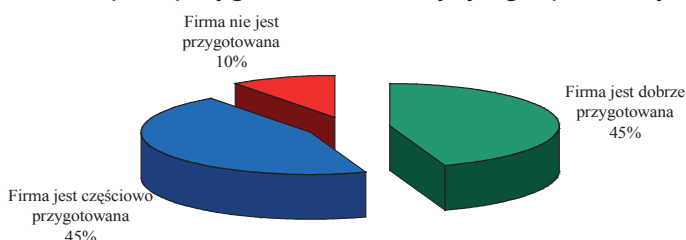
krajów członkowskich. Przede wszystkim duże firmy odbierają kryzys jako szansę.

Jeżeli chodzi o ocenę dotyczącą stopnia przygotowania na kryzys gospodarczy, to odpowiedzi są spolaryzowane. Tyle samo (45%) firm ocenia, że jest dobrze przygotowanych na kryzys, lub częściowo przygotowanych. 10% firm deklaruje, że na kryzys nie jest przygotowana. Z deklaracji respondentów wynika, że duże firmy są na kryzys najlepiej przygotowane. Z drugiej strony, firmy w których udział eksportu w przychodach ze sprzedaży jest bardzo wysoki (powyżej 60%) deklarują, że są na kryzys słabo przygotowane, co jest oczywiste, gdyż kryzys „przeniósł” się do Polski przede wszystkim przez handel zagraniczny i w pierwszej kolejności dotknął eksporterów.

Kryzys gospodarczy to dla firmy



Stopień przygotowania na kryzys gospodarczy



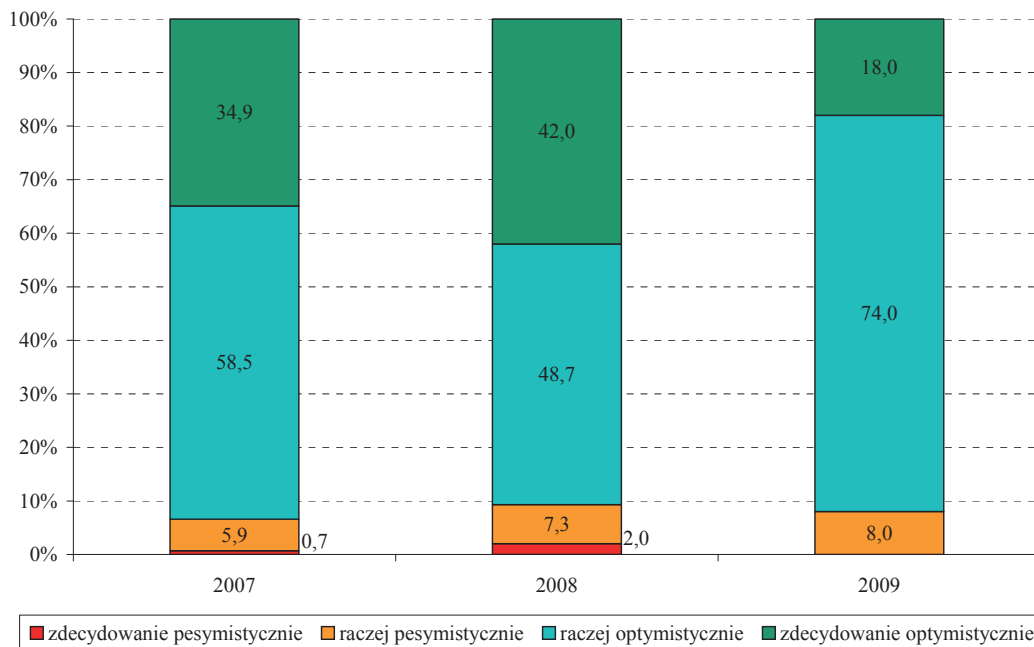
Wykres 95: Opinie dotyczące skali kryzysu gospodarczego na świecie oraz przygotowania na ten kryzys

Źródło: Badania ankietowe

Na zasadzie pytania otwartego respondenci mogli wymienić bardziej szczegółowo działania podejmowane w związku z kryzysem gospodarczym na świecie. Uzyskane odpowiedzi zostały pogrupowane w kilka kategorii. 37% firm podejmuje działania, które sprowadzają się do ograniczenia i racjonalizacji kosztów. 29% firm realizuje aktywne działania polegające na intensyfikacji sprzedaży oraz marketingu, poszukiwaniu nowych odbiorców i podejmowaniu nowych inwestycji. 11% firm redukuje zatrudnienie – warto zauważyć, że odsetek ten koresponduje z odsetkiem firm które twierdzą, że nie są przygotowane na kryzys. 10% respondentów stara się poprawić płynność finansową, uważnie śledzi kursy złotego względem innych walut oraz tworzy rezerwy finansowe. 6,7% firm deklaruje, że nie odczuwa skutków kryzysu. 4,7% firm wprowadza in-

nowacje, nowe produkty i poprawia jakość. 4% zamierza pozyskać fundusze z UE i to traktuje jako działanie mające na celu zapobieżenie kryzysowi.

Jeżeli chodzi o perspektywę funkcjonowania w nadchodzących trzech latach, 74% firm ocenia ją raczej optymistycznie, 18% zdecydowanie optymistycznie, 8% raczej pesymistycznie. W 2009 roku żaden z respondentów nie wybrał odpowiedzi „zdecydowanie pesymistycznie”. W porównaniu z wynikami uzyskanymi w poprzednich dwóch latach, w roku 2009 widać wyraźny wzrost odsetka odpowiedzi „raczej optymistycznie” (o ponad 25 pkt. procentowych), i spadek odsetka wskazań „zdecydowanie optymistycznie” (o 24 pkt. procentowe). Zmiany te są rezultatem kryzysu gospodarczego i niepewności co do rozwoju sytuacji na najważniejszych rynkach zbytu.



Wykres 96: Ocena perspektyw funkcjonowania firmy w nadchodzących trzech latach

Źródło: Badania ankietowe

17. Podsumowanie

Przeprowadzona analiza handlu zagranicznego województwa małopolskiego na tle innych regionów obejmuje długi horyzont czasowy. Zmiany w handlu zagranicznym oceniać należy bowiem w perspektywie długookresowej; wnioskowanie na podstawie tendencji krótkookresowych mogłoby doprowadzić do błędnych bądź niekompletnych wniosków. W perspektywie długookresowej, bez wątplenia najważniejszym wydarzeniem, które wpłynęło na handel zagraniczny Polski była akcesja do UE. W teorii integracji mówi się o tzw. efekcie poruszenia, który wynika z integracji handlowej i polega na zdynamizowaniu kontaktów gospodarczych między krajami integrującymi gospodarki. Taki efekt miał miejsce w handlu zagranicznym Polski, z różną intensywnością wystąpił jednak w poszczególnych województwach.

Rok 2008 – który jest ostatnim objętym powyższą analizą – jest okresem szczególnym. W gospodarce światowej rozpoczął się kryzys, oceniany jako największe załamanie gospodarcze od czasu wielkiego kryzysu lat trzydziestych minionego stulecia. Ponadto w roku 2008 poważne zmiany zachodziły na rynku walutowym. Kurs złotego ulegał wahaniom, przy czym do połowy roku złoty ulegał umocnieniu, później zaś osłabieniu. Skala wahań kursowych była bardzo poważna, co wpłynęło na sytuację podmiotów angażujących się w zagraniczną wymianę handlową. Początkowo – wysoki kurs złotego – nie sprzyjał eksporterom, później – słaby kurs złotego – zneutralizował malejące wpływy z eksportu. Zaznaczyć trzeba jednak, że pełne skutki kryzysu ujawniają się dopiero, jak poznamy dane dotyczące eksportu i importu za rok 2009. Koniec roku 2008 był okresem, w którym część uczestników rynku miała jeszcze nadzieję, że jest to tylko kryzys finansowy, że jego „przełożenie” na sferę realną gospodarki nie będzie aż tak poważne, że oczekiwane interwencje rządów w postaci „pakietów ratunkowych” szybko przywrócą gospodarkę na ścieżkę wzrostu. Rzeczywistość okazała się inna, a skala rozprzestrzenienia się kryzysu zaskoczyła nawet wytrawnych analityków. Według Międzynarodowego Funduszu Walutowego²² produkt krajowy brutto

w krajach rozwiniętych w roku 2008 wzrósł realnie o 0,6% względem roku poprzedniego. Prognoza na rok 2009 zakłada spadek o -3,4%. Warto zapoznać się, jak kształtowały się realne zmiany PKB w krajach, które są najważniejszymi odbiorcami eksportu Małopolski. Dane dla lat 2007 i 2008 oraz prognozy na rok 2009 i 2010 prezentowane są w tabeli 29. W tabeli przedstawiono także dane oraz prognozy dla Polski – dla celów porównawczych.

Dane zaprezentowane w tabeli dowodzą, że prognozy dotyczące wzrostu gospodarczego w krajach, które są najważniejszymi odbiorcami eksportu Małopolski na rok 2009 nie są optymistyczne. *De facto* we wszystkich krajach prognozowany jest spadek realnego PKB. Skala tego spadku jest bardzo zróżnicowana. W Niemczech – które są najważniejszym partnerem w eksporcie Małopolski – oczekiwany jest spadek realnego PKB rzędu 5,3%. Znaczący spadek PKB przewidywany jest także dla Czech (-4,3%). Realny PKB w Rosji obniży się o -7,5%. Bardzo głębokie spadki antycypowane są dla Ukrainy (-14%) oraz Litwy (-18,5%). Przewidywania na rok 2010 są bardziej optymistycznie. Z osiemnastu zestawionych na liście krajów, tylko w przypadku Węgier, Litwy oraz Hiszpanii prognoza zakłada spadek realnego PKB. Jednak w wielu krajach, jeśli prognozowany jest wzrost, to jego skala oscyluje w okolicach 0% lub tylko nieco powyżej 0%. W tabeli dla porównania zawarte zostały dane dla Polski. Na tle innych krajów, dynamikę wzrostu realnego PKB ocenić należy jako bardzo wysoką. Po pierwsze, na tle innych krajów, w 2009 roku realny PKB nie spadnie, pod tym względem Polska jest wyjątkiem. Po drugie, oczekiwana dynamika wzrostu w roku 2010 (2,2%) jest jedną z najwyższych – wyższa prognozowana jest tylko dla Słowacji (3,7%), Ukrainy (2,7%) oraz Zjednoczonych Emiratów Arabskich (2,4%).

²² International Monetary Fund (2009) „World Economic Outlook, October 2009, Sustaining the Recovery”, Washington D.C., s. 69

Tabela 29: Zmiany realnego PKB dla roku 2007 i 2008 oraz prognoza dla lat 2009 i 2010 dla krajów, które są głównymi odbiorcami eksportu Małopolski (zmiany w proc. w stosunku do roku poprzedniego)

	2007	2008	2009 (prognoza)	2010 (prognoza)
Ogółem kraje rozwinięte	2,7	0,6	-3,4	1,3
Niemcy	2,5	1,2	-5,3	0,3
Czechy	6,1	2,7	-4,3	1,3
Francja	2,3	0,3	-2,4	0,9
Rosja	8,1	5,6	-7,5	1,5
W. Brytania	2,6	0,7	-4,4	0,9
Słowacja	10,4	6,4	-4,7	3,7
Włochy	1,6	-1,0	-5,1	0,2
Ukraina	7,9	2,1	-14,0	2,7
Rumunia	6,2	7,1	-8,5	0,5
Węgry	1,2	0,6	-6,7	-0,9
Austria	3,5	2,0	-3,8	0,3
Niderlandy	3,6	2,0	-4,2	0,7
Belgia	2,6	1,0	-3,2	0,0
Litwa	8,9	3,0	-18,5	-4,0
Szwecja	2,6	-0,2	-4,8	1,2
USA	2,1	0,4	-2,7	1,5
Zjednoczone Emir. Arab.	6,3	7,4	-0,2	2,4
Hiszpania	3,6	0,9	-3,8	-0,7
Polska	6,8	4,9	1,0	2,2

Źródło: International Monetary Fund (2009) „World Economic Outlook, October 2009, Sustaining the Recovery”, Washington D.C., s. 69 oraz 78, 81

Powyższe dane stanowią dobre uzupełnienie do sformułowanych wcześniej wniosków na temat spadku roli eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem małopolskich przedsiębiorstw. Spadek udziału eksportu w przychodach ze sprzedaży ogółem jest naturalną konsekwencją obniżenia się zagranicznego popytu. Jest to klasyczny przykład tzw. przełączenia wydatków, wynikający ze spadku popytu zagranicznego, przy utrzymaniu się relatywnie silnego popytu krajowego. Odnosząc się jednak do danych zaprezentowanych w tabeli, mając na uwadze prognozowany spadek realnego PKB we wszystkich krajach będących głównymi odbiorcami eksportu Małopolski, 2009 będzie bardzo trudnym rokiem dla eksporterów. Z drugiej jednak strony, pamiętać należy, że nie ma prostego przełożenia tendencji w zakresie wzrostu gospodarczego na popyt na import. Oczywiście, nawiązując do klasycznych mo-

deli i prawidłowości znanych z ekonomii międzynarodowej oraz makroekonomii gospodarki otwartej, spadek dynamiki wzrostu – i tym bardziej realny spadek PKB – prowadzi do spadku popytu na import. Z drugiej strony, skala spadku importu nie jest jednakowa dla wszystkich produktów czy krajów. Przykładowo, spadek dynamiki importu Niemiec o określony procent, nie oznacza, że wprost proporcjonalnie spadnie import z Małopolski. Czas światowej recesji dla wielu polskich eksporterów jest okresem pojawiających się szans. Ze względu na efekty substytucji, drogie produkty wytwarzane w krajach Europy Zachodniej, zastępowane są przez ich tańsze odpowiedniki z nowych krajów członkowskich UE, jeśli tylko charakteryzują się one odpowiednio wysoką jakością.

Ostatnie lata ocenić należy jako okres dyskutowania korzyści z członkostwa w UE. W 2004 roku nastąpił przejściowy

spadek udziału Małopolski w ogólnopolskim eksporcie. Lata 2005-2007 to wzrost tego udziału, rok 2008 – nieznaczny spadek (do poziomu 6,15%). Korzyści z członkostwa w UE – identyfikowane przez eksporterów – wynikają przede wszystkim z: usunięcia ostatnich barier, likwidacji lub ograniczenia przeszkód natury fiskalnej i łatwiejszego dostępu do rynków zbytu. Interesujące jest też potwierdzenie znanego z literatury efektu przesunięcia w handlu.

Tak jak w poprzednich latach, Małopolska zajmuje 6. pozycję na liście województw – największych eksporterów. Pozycja ta jest stabilna i w najbliższym czasie niezagrażona. Udział kolejnego na liście – Kujawsko-pomorskiego – jest bowiem znacznie niższy. Jednakże eksport województwa kujawsko-pomorskiego w latach 2007 i 2008 charakteryzuje się wyższą dynamiką wzrostu niż Małopolski, jeśli trend taki utrzymałby się, to w dłuższej perspektywie pozycja Małopolski może ulec zmianie. Scenariusz w tym względzie będzie zależny przede wszystkim od tego, czy w gospodarce Małopolski pojawią się nowe źródła eksportu, chodzi tutaj zasadniczo o proeksportowo zorientowanych inwestorów zagranicznych, którzy – jak widać na przykładzie województwa kujawsko-pomorskiego – mogą mieć istotny wpływ na tendencje w eksporcie.

Handel Małopolski, pod względem struktury geograficznej, „przesuwa się” w kierunku nowych krajów członkowskich UE, czyli w stronę tzw. bezpośredniego sąsiedztwa. W ciągu następnych lat będzie to z pewnością kierunek intensyfikacji powiązań handlowych.

W roku 2008 – w porównaniu z rokiem 2007 – dynamika wzrostu eksportu firm z przewagą własności zagranicznej była praktycznie taka sama jak firm z przewagą własności krajowej. Trudno zatem mówić o większych różnicach w reakcji na początek światowego kryzysu gospodarczego w zależności od dominującej formy własności w eksportujących firmach. Udział podmiotów z przewagą własności zagranicznej w eksporcie województwa pozostaje – tak jak w poprzednich latach – na bardzo niskim poziomie (35,6%, przy udziale dla Polski ogółem równym 59,1%). Podtrzymujemy stanowisko – sformułowane w badaniach z poprzednich lat – że w zakresie możliwości eksportowych Małopolski tkwią poważne re-

zerwy wynikające z wysoko ocenianej atrakcyjności inwestycyjnej regionu, co powinno skutkować dynamicznym wzrostem eksportu, jako że nowe inwestycje w sektorze produkcyjnym podejmowane przez zagraniczny kapitał zmodernizują bazę eksportową i zwiększą konkurencyjność eksportowej oferty. Jak wynika z analiz Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową²³, Małopolska zajmuje 5. miejsce spośród województw Polski pod względem atrakcyjności inwestycyjnej (za województwami: śląskim, mazowieckim, dolnośląskim oraz wielkopolskim; przed pomorskim). Małopolska, szczególnie dobrze oceniana jest w takich kategoriach, jak: dostępne zasoby oraz koszty pracy, rynek zbytu oraz infrastruktura społeczna. Należy jednak stwierdzić, że w czasie światowego kryzysu gospodarczego trudno o przyciągnięcie zagranicznych inwestycji dużej wartości. Według danych UNCTAD²⁴ w czasie kryzysu spada wartość podejmowanych na świecie zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Porównanie spadku wartości zagranicznych inwestycji bezpośrednich na świecie w czasie obecnego kryzysu z kryzysem początku dekady (kiedy to wartość napływu światowych BIZ także silnie spadła, zwłaszcza w latach 2001-2003) wskazuje, że załamanie w roku 2008, a zwłaszcza w 2009, ma bardziej gwałtowny przebieg. Chodzi przede wszystkim o spadek wartości podejmowanych *equity investments* (inwestycji kapitałowych), które – w przeciwieństwie do reinwestowanych zysków oraz innych przepływów kapitału – mają długookresowy charakter i dotyczą finansowania budowy bądź powiększenia majątku produkcyjnego. Najważniejsze przyczyny spadku wartości napływu BIZ na świecie, to: pogorszenie dostępu do finansowania, niepewne bądź pesymistyczne prognozy gospodarcze oraz wzrost awersji do ryzyka. W przypadku Polski, spadek dynamiki napływu BIZ w roku 2009 nie będzie jednak tak silny jak na świecie. Według NBP, do sierpnia 2009 roku napłynęły do Polski BIZ o wartości ponad 4,5 mld euro, co stanowi 68,6% wyniku za analogiczny okres roku ubiegłego. Negatywne saldo napływu BIZ (-43 mln euro) za-

23 Kalinowski T., red., et al., (2008) „Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2008”, IBnGR, Gdańsk.

24 UNCTAD (2009) „World Investment Report. Transnational Corporations, Agricultural Production and World Development, New York and Geneva

notowano tylko w lipcu. Potencjał wzrostu BIZ w Małopolsce jest wysoki, w dłuższym horyzoncie czasowym powinien on przełożyć się – poprzez proces modernizacji bazy eksportowej – na wzrost eksportu regionu. Ostatecznie jednak zależec będzie od charakteru napływających inwestycji. Inwestycje w sferze produkcji sprzyjać będą wzrostowi eksportu. Jeśli struktura napływu BIZ będzie silnie zorientowana w kierunku usług – wówczas w mniejszym stopniu będzie się to przekładało na wzrost eksportu. Usługi bowiem w mniejszym stopniu niż produkty przemysłowe podlegają procesowi umiędzynarodowienia. Osiągnięcie pozycji poważnego eksportera usług wymagać będzie czasu, a także promocji regionu jako eksportera usług.

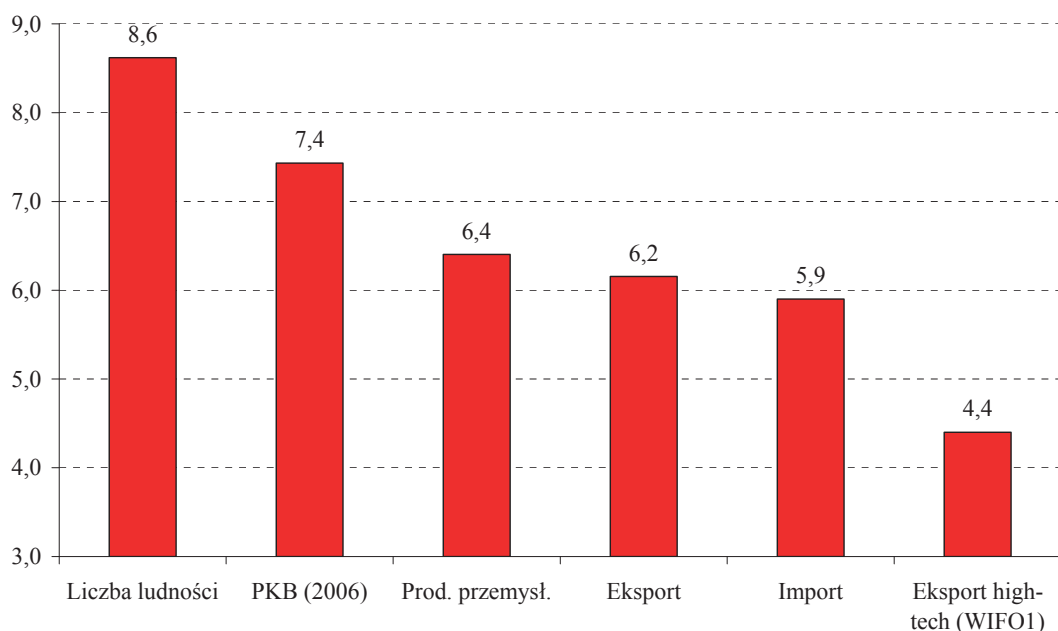
Od 2006 pogorszeniu ulega saldo obrotów handlowych województwa, w porównaniu do lat 2000-2005, kiedy to systematycznie poprawiało się. Od 2006 roku trend się zmienił, a lata 2007 oraz 2008 to wyraźne pogorszenie sytuacji w tym względzie. Dynamika wzrostu eksportu (w porównaniu do lat 2005-2006) uległa zmniejszeniu. Dynamika importu natomiast utrzymała się, bądź uległa znacznie mniejszej – niż eksport – redukcji. Obok przyczyn spadku dynamiki eksportu wymienionych w opracowaniu ubiegłorocznym (wyczerpanie się tzw. prostych rezerw dla stosunkowo łatwego wzrostu sprzedaży do UE, rosnące koszty energii oraz koszty pracy, aprecjacja złotego w pierwszej połowie 2008) wskazać należy ponownie na światowy kryzys gospodarczy. Istnieją także przesłanki, aby na problem deficytu handlowego w regionie spojrzeć przez pryzmat znanej z ekonomii międzynarodowej prawidłowości, zgodnie z którą ceną za szybki wzrost gospodarczy jest pogorszenie sytuacji na rachunku obrotów bieżących. Prawidłowość ta wydaje się sprawdzać tak samo na poziomie regionalnym, jak i krajowym. Można tutaj podać przykłady małych, otwartych gospodarek Litwy, Łotwy i Estonii, których potencjał ekonomiczny można porównać do regionów; region można zatem traktować w kategoriach małej, otwartej gospodarki, podlegającej uniwersalnym prawom ekonomii.

Eksport Małopolski w 2008 roku wyniósł 6,36 mld euro, natomiast import 7,51 mld euro. Warto przypomnieć, że w roku 2000, eksport Małopolski wynosił 1,6 mld euro,

czyli od tego czasu jego wartość bardzo wzrosła. Gdy pod uwagę weźmiemy lata 2000-2008 dynamika wzrostu wartości eksportu Małopolski plasowała się na drugiej pozycji – za Świętokrzyskiem. Świętokrzyskie jest jednak regionem cechującym się niską wyjściową wartością eksportu, stąd tak znaczący wzrost obrotów był łatwiejszy do osiągnięcia. Tym bardziej korzystnie należy ocenić trendy w Małopolsce.

Na tle innych województw, Małopolska charakteryzuje się średnim poziomem „otwarcia”, mierzonego relacją eksportu zarówno do produkcji sprzedanej przemysłu (40%, 8. pozycja), jak też do PKB (25,5%, 9. pozycja spośród województw). Miejsce województwa wśród innych regionów Polski (pod tym względem) nie zmieniło się w stosunku do poprzednich lat. W latach 2000-2008 dynamika zmian (wzrostu) relacji eksportu do produkcji sprzedanej przemysłu była w Małopolsce największa spośród wszystkich województw. W roku 2008 względem 2007 – uległa jednak zmniejszeniu. Podobne zjawisko wystąpiło w skali całego kraju. Jak już wspomniano, jest to skutkiem spadku dynamiki wzrostu gospodarczego w krajach będących najważniejszymi rynkami zbytu dla małopolskich eksporterów oraz relatywnie wysokiej (dodatniej) dynamiki wzrostu gospodarczego Polski.

Udział województwa w eksporcie Polski jest jednak mniejszy niż jego „wkład” do ogólnopolskiego PKB. Wkład Małopolski do krajowego eksportu wciąż zatem nie jest adekwatny w stosunku do możliwości województwa. Zwrócić należy uwagę na niski udział województwa w krajowym eksporcie wyrobów *high-tech*. Na wykresie poniżej zestawiono „wkład” małopolski do eksportu Polski ogółem, eksportu produktów wysokich technologii według taksonomii WIFO1, produkcji przemysłowej, liczby ludności oraz PKB. Przypomnieć należy, że klasyfikacja WIFO1 dosyć szeroko traktuje produkty wysokich technologii (w porównaniu z klasyfikacją OECD).



Wykres 97: Udział Małopolski w liczbie ludności, PKB, eksporcie, produkcji przemysłowej, oraz imporcie Polski ogółem (%)

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

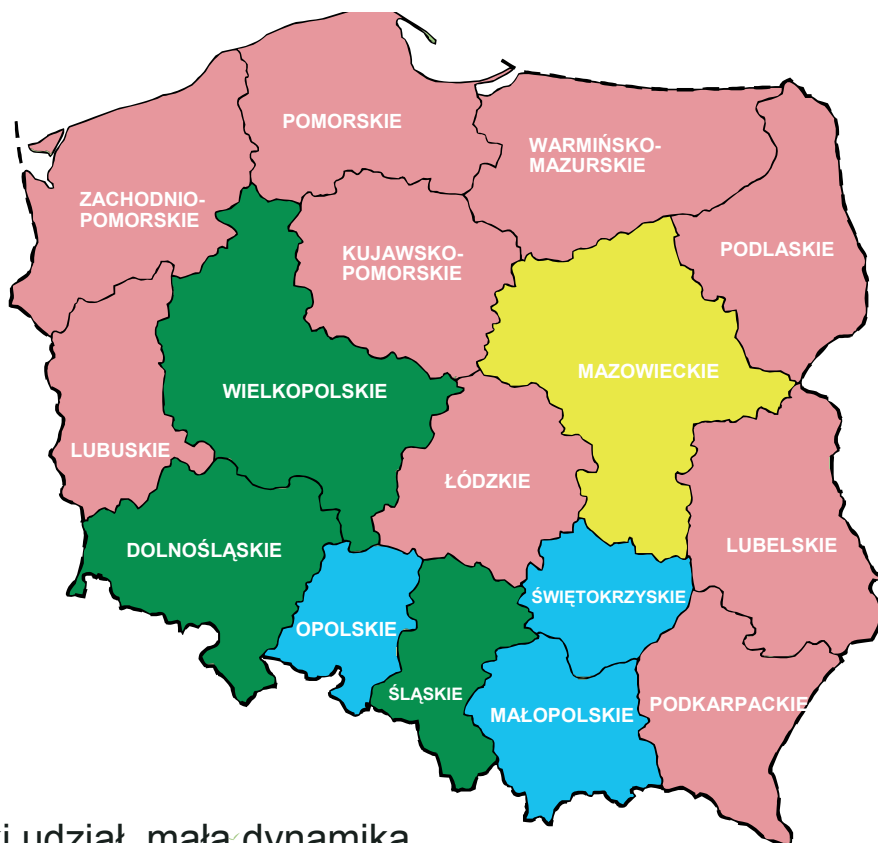
Wartość eksportu *per capita* dla Małopolski w 2008 roku wyniosła 1941 euro i była niższa niż dla Polski (2719). Należy jednak zwrócić uwagę, że o ile w 2000 roku wartość eksportu *per capita* Małopolski wynosiła 57% średniej ogólnopolskiej, to w 2007 ukształtowała się na poziomie 71,3% (73,5% w roku 2007). Zatem pozycja regionu względem średniej się poprawia – w długim horyzoncie czasowym. Jest to kolejnym dowodem na to, że Małopolska „dogania” liderów. W 2000 roku relacja wartości eksportu *per capita* Małopolski do lidera (Pomorskie) wynosiła 38%, w roku 2008 odpowiednia relacja (względem Dolnego Śląska) wynosi 44%, uległa zatem poprawie.

Małopolska jest regionem ze stabilnym udziałem w eksporcie Polski i wysoką dynamiką wzrostu tego udziału. Spowolnienie wzrostu obserwowane w ostatnich dwóch latach nie jest jeszcze niepokojące, gdyż zwracać należy uwagę na trendy długookresowe. Obserwowany efekt doganiania ma szansę być kontynuowany. Rok 2009 i lata

kolejne – w których antycypowane jest ponowne wejście gospodarki światowej na ścieżkę wzrostu – stanowiąc będą prawdziwy sprawdzian dla kondycji i konkurencyjności eksporterów.

Podobne trendy obserwujemy w kategoriach eksportu *per capita*; wartość eksportu w przeliczeniu na mieszkańca cechuje wysoka dynamika wzrostu. (2. miejsce w Polsce – tak jak w poprzednich latach). Jak już wspomniano, dystans w tym względzie między Małopolską a województwem o największej wartości eksportu *per capita* w latach 2000-2008 zmniejszył się.

Na mapie 6 przedstawiono sytuację Małopolskiego jako eksportera na tle innych polskich regionów. Mapa obrazuje sytuację województw z punktu widzenia ich udziału w eksporcie Polski w roku 2008 oraz w aspekcie dynamiki wartości eksportu w latach 2000-2008. W porównaniu do zestawienia sporządzonego za lata 2000-2007 wskazać należy na przesunięcie się Małopolski na pozycję „niski udział, duża dynamika”.



- Wysoki udział, mała dynamika
- Wysoki udział, duża dynamika
- Niski udział, duża dynamika
- Niski udział, mała dynamika

Mapa 6: Syntetyczny obraz województw według udziału w eksporcie Polski w roku 2008 oraz dynamiki wartości eksportu w latach 2000-2008

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Podstawą eksportu Małopolski są produkty zaliczane do gałęzi średnio-wysokich technologii (według klasyfikacji OECD), lub do podstawowych gałęzi przemysłu (według klasyfikacji WIFO1). Trudno o jednoznaczną ocenę udziału wysokich technologii w eksporcie regionu, jest ona bowiem zależna od zastosowanej taksonomii. Według klasyfikacji OECD, która w porównaniu z WIFO1 jako *high-tech* traktuje relatywnie małą liczbę grup produktowych, udział tego typu dóbr w eksporcie Małopolski pozostaje na bardzo niskim poziomie (0,7%). Jeśli natomiast posłużymy się klasyfikacją WIFO1, w eksporcie województwa dostrzegalne są korzystne zmiany. Udział gałęzi technologicznie intensywnych w roku 2008 wyniósł 14,5%, i w porównaniu z rokiem poprzednim zwiększył się o ponad 7 pkt. procentowych. Wartość eksportu gałęzi intensywnych technologicznie wzrosła z 432 mln euro w 2007 roku do 923 mln euro w roku 2008 – jak już wspomniano przede wszystkim jest to rezultatem rosnącego eksportu samochodów.

Najważniejsze produkty w eksporcie województwa to: druty i przewody izolowane, pojazdy samochodowe, części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników, aluminium i wyroby z aluminium oraz wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów. Zwraca uwagę bardzo wysoka dynamika wzrostu wartości eksportu pojazdów samochodowych. Koncentracja eksportu według produktów nie uległa poważniejszym zmianom. Na pięć najważniejszych produktów przypada łącznie 35% wartości obrotów

Wartość eksportu gałęzi intensywnych technologicznie wzrosła z 432 mln euro w 2007 roku do 923 mln euro w roku 2008 – jak już wspomniano przede wszystkim jest to rezultatem rosnącego eksportu samochodów.

eksportowych, co oznacza, że w porównaniu do innych województw nie jest ona wysoka.

Wartość eksportu produktów rolno-spożywczych Małopolski w 2008 roku wyniosła 509 mln euro, co stanowiło 4,8% ogólnopolskiego eksportu tego typu produktów. Artykuły rolno-spożywcze – w porównaniu z innymi województwami – w eksporcie Małopolski odrywają relatywnie małą rolę. Najważniejsze produkty rolno-spożywcze w eksporcie to: mięso świeże i zakonserwowane, suchary i sucharki, herbatniki oraz wyroby piekarskie i ciastkarskie, owoce i warzywa, kawa i herbata, wody mineralne i napoje bezalkoholowe oraz soki z owoców i warzyw. Głównym odbiorcą produktów rolno-spożywczych Małopolski są „stare” kraje członkowskie UE, przy czym bardzo wysoka jest dynamika wzrostu eksportu tego typu produktów do „nowych” krajów członkowskich UE.

Tzw. ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie województwa dotyczą następujących grup produktów: rudy metali nieżelaznych, kauczuk syntetyczny w formach podstawowych, opakowania z metali lekkich, wyroby ceramiczne ogniotrwałe, druty i przewody izolowane, aluminium i wyroby z aluminium. Oznacza to, że wkład Małopolski do ogólnopolskiego eksportu tych produktów jest szczególnie wysoki.

Jeżeli chodzi o saldo obrotów handlowych w podziale na produkty, to największe dodatnie saldo „wypracowują”: druty i przewody izolowane, pojazdy samochodowe, wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza, opakowania z metali lekkich oraz kauczuk syntetyczny. W porównaniu z rokiem 2007 zwrócić należy uwagę na wzrost dodatniego salda eksportu i importu pojazdów samochodowych o 303 mln euro, oraz jego spadek w przypadku najważniejszej grupy towarowej w eksporcie regionu, jaką są kable i przewody (o -172 mln euro).

Najgłębsze ujemne saldo powstaje w wymianie produktów rafinacji ropy naftowej, żeliwa, stali i żelazostopów, aluminium i wyrobów z aluminium, wyrobów z miedzi oraz owoców, orzechów i roślin do produkcji napojów oraz przyprawowych.

Najpoważniejszym odbiorcą eksportu województwa są „stare” kraje członkowskie UE (3,4 mld euro), następnie nowe kraje członkowskie UE (1,5 mld euro) oraz tzw. pozostałe kraje (0,7 mld euro). W roku 2008

dostrzegalny jest spadek udziału „starych” krajów członkowskich UE w eksporcie regionu, z 60% (w roku 2007) do 54%. Jak już wspomniano, Małopolska charakteryzuje się wysokim udziałem nowych krajów członkowskich w UE w eksporcie ogółem. Na kraje te przypada 23% eksportu (większy udział kraje te mają jedynie w zagranicznej sprzedaży województwa podlaskiego – 25%). Sprzyja temu zapewne położenie, w sensie geograficznym, najbliższe temu regionowi Europy.

Konsekwentnie od lat najważniejszym odbiorcą eksportu województwa małopolskiego są Niemcy (1,5 mld euro w 2008 roku). Udział tego kraju w eksporcie regionu jednak maleje. W porównaniu do roku 2007, wartość eksportu na rynek tego kraju nieznacznie zmalała (o 43 mln euro). Inne ważne kraje to: Czechy, Francja, Rosja oraz Wielka Brytania. Należy podkreślić, że na liście głównych krajów odbiorców eksportu Małopolski znajdują się nowe kraje członkowskie UE. Obok wymienionych już Czech są to: Słowacja, Rumunia, Węgry, Litwa oraz Bułgaria.

Jak już wspomniano, w porównaniu do innych województw, Małopolskę cechuje niski udział firm własności zagranicznej w eksporcie (35,6% w roku 2008). Udział firm z kapitałem zagranicznym w imporcie województwa od trzech lat kształtuje się na poziomie około 45-47%.

Największy „wkład” firm z przewagą kapitału zagranicznego do eksportu województwa dotyczy produktów: pojazdy samochodowe, wyroby ceramiczne ogniotrwałe, suchary i sucharki oraz herbatniki, opakowania z metali lekkich, wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów, wyroby z gumy oraz aluminium i wyroby z aluminium. Firmy z przewagą własności zagranicznej w latach 2005-2008 w handlu zagranicznym Małopolski odnotowywały coraz większy deficyt. Firmy te mają wysoki udział w eksporcie produktów zaliczanych do wysokich technologii. W tym zakresie mają wyraźną przewagę nad eksporterami rodzimymi.

W lipcu 2009 roku przeprowadzono badania ankietowe, których celem było uzupełnienie analiz handlu zagranicznego Małopolski przeprowadzonych w oparciu o dane statystyczne z dokumentów SAD. Dla respondentów eksport ma coraz większe znaczenie – co jest zgodne z analizami, które opierają się na danych GUS dotyczących eksportu i impor-

tu. Rola eksportu w większości firm wzrosła, i będzie dalej rosła. Z jednej strony jest to dowód na konkurencyjność oferty eksportowej i coraz lepszą penetrację zagranicznych rynków. Z drugiej jednak rośnie ekspozycja na ryzyka towarzyszące zagranicznej ekspansji handlowej, i w kontekście tym ważne jest, aby firmy realizowały strategie eksportowe, które uwzględniają zabezpieczenie się przed ryzykiem handlu zagranicznego.

Wysoki udział eksportu w całości przychodów ze sprzedaży idzie w parze z większym udziałem kapitału zagranicznego w firmie. Jest to zgodne z przewidywaniami teorii zagranicznych inwestycji bezpośrednich. Firmy z udziałem zagranicznym w ekspansji eksportowej wykorzystują przewagi, jakimi dysponują w zakresie dostępu do technologii, zasobów kapitałowych, wiedzy itp. Działają też na większą skalę, co pozwala optymalizować koszty. Mają często większe doświadczenie. Ponadto – ze względu na powiązania z innymi firmami w ramach grup kapitałowych – przyczyniają się do rozwoju tzw. handlu wewnątrzgałęziowego. W tym kontekście działania promujące Małopolskę jako region atrakcyjny i przyjazny dla inwestorów mają bardzo duże znaczenie, gdyż z czasem zaprocentują wzrostem eksportu.

Respondenci mieli trudność z jednoznacznym określeniem, jakich tendencji spodziewają się w zakresie zmian eksportu (wyrażonego w euro lub USD), co w czasie kryzysu i niepewności odnośnie do rozwoju sytuacji gospodarczej na najważniejszych rynkach zbytu nie jest niespodzianką. 36% firm przewiduje, że eksport w roku 2009 w stosunku do roku poprzedniego zmniejszy się, natomiast ponad 41%, że wzrośnie. Jak widać, różnica między liczbą wskazań „wzrost” i „spadek” nie jest wysoka – z nieznanym wskazaniem na „wzrost”. Prognozy na rok 2010 są nieco bardziej optymistyczne, co może być potwierdzeniem tezy, że oczekiwana jest raczej poprawa sytuacji gospodarczej i jak deklarują niektórzy z przedsiębiorców „widać już początek końca kryzysu”. Wzrost eksportu, antycypują przede wszystkim firmy duże.

70% respondentów realizuje import zaopatrzeniowy. Ze względu na wysoką importochłonność polskiego eksportu, w związku z powyższym dla kondycji eksporterów i dla ich konkurencyjności ważne są tendencje na rynku walutowym. Słaby złoty – co prawda

– poprawia konkurencyjność eksportu, podraża jednak import zaopatrzeniowy, prowadząc tym samym do wzrostu kosztów i pogarszając konkurencyjność eksportu.

Wśród działań służących poprawie konkurencyjności, najczęściej wskazań dotyczy poprawy jakości, jako ważna określona została też specjalizacja, czyli koncentracja na dotychczasowej działalności. Jako trzecią wskazano została obniżkę kosztów działalności. Firmy wdrażają też nowe strategie marketingowe, rozszerzają sieć sprzedaży, a także obniżają ceny. Pozostałe działania mają mniejsze znaczenie.

Z punktu widzenia działań promocyjnych i wspierających eksporterów ważne jest to, że firmy mikro relatywnie większą uwagę przywiązują do: intensyfikacji współpracy z innymi firmami w zakresie działań służących intensyfikacji badań i rozwoju oraz działalności innowacyjnej. Firmy duże, mniejsze znaczenie niż pozostałe kategorie przedsiębiorstw przywiązują do obniżki cen. Firmy małe oraz duże jako sposób na poprawę konkurencyjności deklarują pozyskanie zagranicznego inwestora. Firmy małe relatywnie większą uwagę przywiązują do wzrostu efektywności logistyki oraz zlecenia prac podwykonawcom.

Jako zasadniczy czynnik niesprzyjający wzrostowi eksportu określono kursy walutowe. Kolejne miejsca zajęły: niski popyt na zagranicznych rynkach oraz wzrost konkurencji ze strony dostawców z innych krajów, a także ze strony innych dostawców z Polski. Porównując uzyskane wyniki z badaniem zeszłorocznym, warto zwrócić uwagę na zasadniczą zmianę charakteru przyczyn spadku eksportu bądź czynników niesprzyjających jego wzrostowi. W roku 2008 były to przede wszystkim czynniki natury kosztowej, w tym roku są to głównie czynniki natury popytowej (niski popyt) – co bez wątpienia jest skutkiem światowego kryzysu.

Respondenci deklarują, że w nadchodzących trzech latach planują przede wszystkim zwiększyć sprzedaż na rynek krajowy. Trudno przyjąć hipotezę, że respondenci nie zdają sobie sprawy z korzyści wynikających ze wzrostu eksportu i – generalnie – ze sprzedaży na zagraniczne rynki. Bardziej bezpieczna wydaje się teza, że rynek krajowy jest dla wielu eksporterów po prostu łatwiejszy, lepiej znany, bliższy itp. Poza tym część z firm nie jest gotowa na większą skalę eksportu.

Jako najbardziej obiecujący rynek zbytu określone zostały Niemcy. Wśród pozostałych krajów/rynków ocenianych przez firmy jako „najbardziej obiecujące” wymienione zostały: Ukraina, Czechy, Słowacja, Rosja, Francja, W. Brytania, Węgry, Holandia, Rumunia oraz Białoruś. Na wysokich pozycjach znalazły się – zaraz za Niemcami – nowe kraje członkowskie UE, które znajdują się w bliskim sąsiedztwie geograficznym Małopolski (jest to potwierdzenie analiz bazujących na danych statystycznych eksportu z GUS, z których wynika, iż Małopolska charakteryzuje się wysoką intensywnością powiązań eksportowych właśnie z nowymi krajami członkowskimi UE), a także Ukraina i Rosja, które przez wielu eksporterów traktowane są jako rynki, co prawda trudne i ryzykowne, ale z bardzo dużym potencjałem.

Respondenci najbardziej oczekują wsparcia w zakresie: prezentacji oferty Małopolski na targach i wystawach zagranicznych, promocji firm/produktów/usług regionalnych poza granicami Polski, a także w zakresie pomocy w poszukiwaniu partnerów zagranicznych, udzielania informacji o rynkach zagranicznych oraz prowadzenia portalu internetowego dla eksporterów.

W porównaniu z poprzednim badaniem praktycznie nie zmienił się odsetek firm, które odnotowały problemy z niewypłacalnością zagranicznego partnera i wiążące się z tym trudności z odzyskaniem należności (40%). Biorąc pod uwagę, że sytuacja w tym zakresie nie uległa pogorszeniu w czasie kryzysu, raczej pozytywnie należy ocenić sposób zarządzania ryzykiem płatności.

Uzyskane odpowiedzi nie potwierdzają często stawianej tezy, że członkostwo w UE

doprowadziło do zatarcia granicy między rynkiem krajowym oraz rynkiem wewnętrznym UE. Połowa respondentów deklaruje, że różnicy tej nie ma, bądź jest ona mało znacząca. Jednak dla 41% firm różnica ta jest duża lub bardzo duża.

Ocena konsekwencji członkostwa w UE jednoznacznie wskazuje na przewagę skutków pozytywnych nad negatywnymi. Wraz z upływem czasu (kolejne badania ankietowe) maleje jednak odsetek „przewaga pozytywnych konsekwencji nad negatywnymi”, rośnie odsetek wskazań „przewaga negatywnych konsekwencji nad pozytywnymi” oraz „bez zmian”.

Zdecydowana większość respondentów deklaruje, że aktualna wielkość zatrudnienia jest właściwa, w odniesieniu do sytuacji w eksporcie. Nie należy przewidywać, żeby obserwowane załamanie koniunktury w eksporcie miało poważniejsze, negatywne konsekwencje dla rynku pracy, przy czym prognoza na rok 2010 jest nieco bardziej optymistyczna, niż dla roku 2009.

Tyle samo firm ocenia, że jest dobrze przygotowanych na kryzys, lub częściowo przygotowanych. 10% firm deklaruje, że na kryzys nie jest przygotowana. Duże firmy są na kryzys najlepiej przygotowane. Zdecydowana większość respondentów (74%) ocenia swoją perspektywę funkcjonowania w sposób raczej optymistyczny (18% zdecydowanie optymistycznie). Zestawiając odpowiedzi z trzech cykli badań, dostrzec trzeba nieznaczny spadek optymizmu, co bez wątplenia wynika z kryzysu gospodarczego i niepewności dotyczącej rozwoju sytuacji na najważniejszych rynkach zbytu.

18. Bibliografia

1. Brühlhart M., *Marginal Intra-Industry Trade: Measurement and Relevance for the Pattern of Industrial Adjustment*, Trinity College Dublin, July 1993, Published in *Weltwirtschaftliches Archiv*, vol. 130, s. 600-613, 1994.
2. Brodzicki T., „Wymiana produktów przemysłu przetwórczego między Polską a państwami członkowskimi Unii Europejskiej”, [w:] Zielińska-Głębocka A., red., „Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003
3. CASE (Centrum Analiz Społeczno Ekonomicznych), „Polish Economic Outlook. Trends, Analyses, Forecasts”, Quarterly 2/2008(37)
4. CASE (Centrum Analiz Społeczno Ekonomicznych), „Polish Economic Outlook. Trends, Analyses, Forecasts”, Quarterly 2/2009(41)
5. Ciołek D., Umiński S., „Transfer technologii przez zagranicznych inwestorów”, *Ekonomista* 2007 (2)
6. Fagerberg, J. 1996. *Technology and competitiveness*, *Oxford Review of Economic Policy*, 12 (3): 39-51.
7. Gadomski W., „Cena szybkiego wzrostu”, *Gazeta Wyborcza*, 16-17 sierpnia 2008.
8. Gawlikowska-Hueckel K., „Procesy rozwoju regionalnego w Unii Europejskiej. Konwergencja czy polaryzacja?”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2002
9. Gawlikowska-Hueckel K., Umiński S., „How Internal is Poland's Regional Foreign Trade”, w: „Enlarged European Union in House of Europe: New Internal and External Problems”, Kestutis Kriscunas red., Kaunas University of Technology, Kaunas, 2005
10. Hübner D., „Polsko, czas na innowacyjność”, *Gazeta Wyborcza*, 14 lipca 2008, s. 31
11. International Monetary Fund (2009) „World Economic Outlook, October 2009, Sustaining the Recovery”, Washington D.C.
12. Kalinowski T., red., et all., (2008) „Atrakcyjność inwestycyjna województw i podregionów Polski 2008”, IBnGR, Gdańsk.
13. Ministerstwo Gospodarki, Departament Analiz i Prognoz, „Wpływ akcesji do UE na polski handel zagraniczny”, Warszawa 2007.
14. Misala J., „Współczesne teorie wymiany międzynarodowej i zagranicznej polityki ekonomicznej”, Szkoła Główna Handlowa, 2003
15. NBP, Instytut Ekonomiczny, „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w III kw. 2008”, lipiec 2008
16. NBP, Instytut Ekonomiczny, „Informacja o kondycji sektora przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem stanu koniunktury w II kw. oraz prognoz na III kw. 2009”, lipiec 2009
17. UNCTAD (2009) „World Investment Report. Transnational Corporations, Agricultural Production and World Development, New York and Geneva
18. Zielińska-Głębocka A., „Wprowadzenie do ekonomii międzynarodowej, teoria handlu i polityki handlowej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 1997
19. Zielińska-Głębocka A., red., „Potencjał konkurencyjny polskiego przemysłu w warunkach integracji europejskiej”, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2003

19. Aneks statystyczny

Tabela A1: Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie według grup towarowych (2008)

Lp.	Grupa produktowa	Udział Małopolski w ogólnopolskim eksporcie gr. towarowej, %	Wartość eksportu, mln EUR	Udział grupy towarowej w eksporcie Małopolski
1	Masa betonowa	94,1	0,2	0,0
2	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	92,9	63,4	1,0
3	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	70,9	137,0	2,1
4	Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	64,7	59,4	0,9
5	Opakowania z metali lekkich	58,2	156,8	2,5
6	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	56,9	87,9	1,4
7	Druty i przewody izolowane	56,0	719,6	11,3
8	Maszyny stosowane w metalurgii	55,0	16,0	0,3
9	Aluminium i wyroby z aluminium	36,7	313,0	4,9
10	Cement	32,7	18,1	0,3
11	Skóry futerkowe; wyroby futrzarskie	32,3	7,3	0,1
12	Książki	31,3	34,4	0,5
13	Nośniki informacji niezapisane, gotowe	27,6	5,6	0,1
14	Urz. chłodn. i wentylacyjne (bez urz. dla gosp. dom.)	27,3	158,2	2,5
15	Artykuły papiernicze piśmienne	25,1	11,7	0,2
16	Żwir i piasek	24,8	4,4	0,1
17	Skóry wyprawione	24,6	25,8	0,4
18	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	23,2	52,2	0,8
19	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	21,7	277,4	4,3
20	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	21,0	35,8	0,6
21	Nagrania dźwiękowe	20,8	7,0	0,1
22	Szkło gospodarcze	20,6	64,6	1,0
23	Kawa i herbata	19,6	37,1	0,6
24	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	19,3	223,3	3,5
25	Włókna szklane	19,3	9,5	0,1
26	Maszyny ogólnego przeznaczenia	18,7	111,7	1,8
27	Usługi w zakresie artystycznej i literackiej działalności twórczej	17,0	1,1	0,0
28	Kurki i zawory	17,0	102,0	1,6
29	Ołów, cynk i cyna oraz wyroby z tych metali	16,4	36,3	0,6
30	Opony bieżnikowane, z gumy	15,9	1,1	0,0
31	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	15,4	65,7	1,0
32	Gry i zabawki	15,4	12,6	0,2
33	Maszyny specjalnego przeznaczenia	13,9	88,2	1,4
34	Przyprawy	13,1	16,6	0,3
35	Olejki eteryczne	12,9	1,5	0,0

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A2: Wskaźniki ujawnionej przewagi komparatywnej eksportu województwa małopolskiego w roku 2008

Grupa produktowa	Udział w eksporcie Małopolski	RCA
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	1,0	15,1
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	2,1	11,5
Opakowania z metali lekkich	2,5	9,5
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	1,4	9,2
Druty i przewody izolowane	11,3	9,1
Aluminium i wyroby z aluminium	4,9	6,0
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	2,5	4,4
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	4,3	3,5
Szkoło gospodarcze	1,0	3,3
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	3,5	3,1
Maszyny ogólnego przeznaczenia	1,8	3,0
Kurki i zawory	1,6	2,8
Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	1,0	2,5
Maszyny specjalnego przeznaczenia	1,4	2,3
Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	1,0	2,0
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	1,7	1,8
Chemikalia organiczne podstawowe	1,7	1,7
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	1,8	1,7
Wyroby z gumy	1,5	1,6
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	1,0	1,2
Produkty rafinacji ropy naftowej	1,7	1,0
Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	1,1	1,0
Wyroby metalowe gotowe	1,5	0,9
Pojazdy samochodowe	9,5	0,9
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	5,1	0,9
Konstrukcje metalowe	1,3	0,8
Żeliwo, stal i żelazostopy	3,0	0,7

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A3: Lista 20 najważniejszych produktów eksportowych Małopolski do wybranych krajów (mln EUR, 2008)

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Niemcy		Grupa produktowa wg. PKWiU	Czechy	
		mln EUR	%		mln EUR	%
	Ogółem	1 493,6	100,0	Ogółem	434,4	100,0
1	Druty i przewody izolowane	263,3	17,6	Pojazdy samochodowe	63,4	14,6
2	Aluminium i wyroby z aluminium	125,6	8,4	Aluminium i wyroby z aluminium	37,2	8,6
3	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	112,5	7,5	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	27,4	6,3
4	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	80,4	5,4	Produkty rafinacji ropy naftowej	25,8	5,9
5	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	56,8	3,8	Żeliwo, stal i żelazostopy	23,6	5,4
6	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	54,3	3,6	Druty i przewody izolowane	22,9	5,3
7	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	52,4	3,5	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	22,0	5,1
8	Wyroby metalowe gotowe	50,7	3,4	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	15,7	3,6
9	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	39,9	2,7	Wyroby z gumy	12,4	2,8
10	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	36,8	2,5	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	10,1	2,3
11	Opakowania z metali lekkich	33,8	2,3	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	9,4	2,2
12	Konstrukcje metalowe	28,8	1,9	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	8,5	2,0
13	Maszyny ogólnego przeznaczenia	26,7	1,8	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	8,5	2,0
14	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	25,7	1,7	Ołów, cynk i cyna oraz wyroby z tych metali	8,4	1,9
15	Żeliwo, stal i żelazostopy	25,1	1,7	Konstrukcje metalowe	6,5	1,5
16	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	20,9	1,4	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	5,3	1,2
17	Produkty rafinacji ropy naftowej	18,8	1,3	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	5,2	1,2
18	Szkoło gospodarcze	17,8	1,2	Opakowania z metali lekkich	5,2	1,2
19	Wyroby pozostałe	17,5	1,2	Artykuły spożywcze pozostałe	5,1	1,2
20	Papier i tektura faliste oraz opakowania z papieru i tektury	16,2	1,1	Kurki i zawory	5,0	1,1

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Francja		Grupa produktowa wg. PKWiU	Rosja	
		mIn EUR	%		mIn EUR	%
	Ogółem	404,3	100,0	Ogółem	397,9	100,0
1	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	85,3	21,1	Pojazdy samochodowe	195,0	49,0
2	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	35,3	8,7	Maszyny specjalnego przeznaczenia	31,0	7,8
3	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	30,0	7,4	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	28,4	7,1
4	Aluminium i wyroby z aluminium	28,7	7,1	Papierowe artykuły dla gospodarstw domowych, toaletowe i sanitarne	10,0	2,5
5	Kurki i zawory	22,3	5,5	Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	8,7	2,2
6	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	21,7	5,4	Opakowania z metali lekkich	8,4	2,1
7	Wyroby z gumy	17,2	4,3	Maszyny ogólnego przeznaczenia	8,2	2,1
8	Produkty rafinacji ropy naftowej	15,8	3,9	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	6,9	1,7
9	Ubiory wierzchnie	10,0	2,5	Kurki i zawory	6,0	1,5
10	Maszyny ogólnego przeznaczenia	9,2	2,3	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	5,7	1,4
11	Meble pozostałe	8,8	2,2	Wyroby z gumy	5,3	1,3
12	Żeliwo, stal i żelazostopy	5,9	1,5	Wyroby metalowe gotowe	4,4	1,1
13	Druły i przewody izolowane	5,8	1,4	Konstrukcje metalowe	4,2	1,0
14	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	5,6	1,4	Obuwie	3,9	1,0
15	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	5,5	1,4	Elementy metalowe stolarski budowlanej	3,4	0,9
16	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	5,5	1,4	Szko płaskie	3,1	0,8
17	Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	5,4	1,3	Odzież i dodatki odzieżowe	2,9	0,7
18	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	5,3	1,3	Artykuły spożywcze pozostałe	2,9	0,7
19	Wyroby metalowe gotowe	5,1	1,3	Kawa i herbata	2,9	0,7
20	Wyroby z tworzyw sztucznych	4,7	1,2	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	2,7	0,7

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	W. Brytania		Grupa produktowa wg. PKWiU	Słowacja	
		mIn EUR	%		mIn EUR	%
	Ogółem	371,9	100,0	Ogółem	298,3	100,0
1	Druty i przewody izolowane	140,9	37,9	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	27,7	9,3
2	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	37,9	10,2	Chemikalia organiczne podstawowe	20,8	7,0
3	Wyroby z gumy	20,1	5,4	Pojazdy samochodowe	19,9	6,7
4	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	18,0	4,8	Żeliwo, stal i żelazostopy	18,4	6,2
5	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	15,1	4,1	Druty i przewody izolowane	16,4	5,5
6	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	10,7	2,9	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	12,7	4,3
7	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	9,7	2,6	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	12,3	4,1
8	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	8,3	2,2	Aluminium i wyroby z aluminium	11,1	3,7
9	Aluminium i wyroby z aluminium	7,5	2,0	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	8,1	2,7
10	Drut i wyroby z drutu	5,9	1,6	Wyroby i usługi poligraficzne gdzie indziej niesklasyfikowane	7,9	2,6
11	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	5,8	1,6	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	6,6	2,2
12	Maszyny ogólnego przeznaczenia	5,8	1,6	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	6,3	2,1
13	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	5,1	1,4	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	6,0	2,0
14	Ubiory wierzchnie	5,0	1,3	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	5,3	1,8
15	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	4,5	1,2	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	5,2	1,7
16	Meble pozostałe	3,8	1,0	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	5,0	1,7
17	Nawozy i związki azotowe	3,6	1,0	Konstrukcje metalowe	4,9	1,6
18	Wyroby i usługi poligraficzne gdzie indziej niesklasyfikowane	3,2	0,9	Skóry wyprawione	4,8	1,6
19	Usługi związane z produkcją filmów i nagrań wideo	3,1	0,8	Meble do siedzenia	3,8	1,3
20	Wyroby z mięsa, włączając wyroby mięsne z drobiu i królików	2,9	0,8	Nawozy i związki azotowe	3,8	1,3

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Włochy		Grupa produktowa wg. PKWiU	Ukraina	
		mIn EUR	%		mIn EUR	%
	Ogółem	281,6	100,0	Ogółem	231,2	100,0
1	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	32,4	11,5	Żeliwo, stal i żelazostopy	31,3	13,5
2	Żeliwo, stal i żelazostopy	31,6	11,2	Druty i przewody izolowane	24,3	10,5
3	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	25,1	8,9	Opakowania z metali lekkich	16,2	7,0
4	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	15,5	5,5	Pojazdy samochodowe	14,6	6,3
5	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	13,9	4,9	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	9,0	3,9
6	Opakowania drewniane	11,5	4,1	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	8,2	3,5
7	Aluminium i wyroby z aluminium	10,7	3,8	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	6,2	2,7
8	Maszyny dla górnictwa i budownictwa	10,2	3,6	Maszyny specjalnego przeznaczenia	5,9	2,6
9	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	9,5	3,4	Kurki i zawory	5,5	2,4
10	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	7,8	2,8	Wyroby z gumy	4,9	2,1
11	Maszyny ogólnego przeznaczenia	7,5	2,7	Aluminium i wyroby z aluminium	4,7	2,0
12	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	7,4	2,6	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	4,4	1,9
13	Cement	6,7	2,4	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	4,1	1,8
14	Maszyny stosowane w metalurgii	6,4	2,3	Artykuły spożywcze	3,9	1,7
15	Szkło gospodarcze	6,0	2,1	Konstrukcje metalowe	3,7	1,6
16	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	5,7	2,0	Pompy i sprężarki	3,5	1,5
17	Bielizna	5,1	1,8	Ubiory wierzchnie	3,3	1,4
18	Wyroby z drewna pozostałe	4,8	1,7	Farby, lakiery i podobne środki pokrywające, farba drukarska i gotowe sykatywy	2,9	1,2
19	Druty i przewody izolowane	4,8	1,7	Drewno piłowane, strugane lub impregnowane	2,9	1,2
20	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	4,3	1,5	Tkaniny	2,8	1,2

cd. tabeli

Lp.	Grupa produktowa wg. PKWiU	Rumunia		Grupa produktowa wg. PKWiU	Węgry	
		mln EUR	%		mln EUR	%
	Ogółem	191,0	100,0	Ogółem	188,1	100,0
1	Pojazdy samochodowe	38,5	20,1	Druty i przewody izolowane	19,0	10,1
2	Aluminium i wyroby z aluminium	28,3	14,8	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	16,8	8,9
3	Maszyny ogólnego przeznaczenia	12,7	6,6	Książki	16,4	8,7
4	Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	7,5	3,9	Wyroby z gumy	12,0	6,4
5	Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	6,7	3,5	Maszyny ogólnego przeznaczenia	11,8	6,3
6	Druty i przewody izolowane	6,0	3,2	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	11,1	5,9
7	Opakowania z metali lekkich	5,4	2,8	Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	7,7	4,1
8	Kurki i zawory	5,3	2,8	Aluminium i wyroby z aluminium	7,5	4,0
9	Żeliwo, stal i żelazostopy	5,1	2,7	Produkty rafinacji ropy naftowej	6,6	3,5
10	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	4,2	2,2	Kawa i herbata	5,5	2,9
11	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	4,1	2,1	Opakowania z metali lekkich	4,7	2,5
12	Wyroby metalowe gotowe	3,8	2,0	Chemikalia nieorganiczne podstawowe	4,3	2,3
13	Artykuły spożywcze	3,7	1,9	Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	4,0	2,1
14	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	2,8	1,5	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	3,7	2,0
15	Wyroby z miedzi	2,8	1,5	Artykuły spożywcze	2,9	1,6
16	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	2,7	1,4	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	2,8	1,5
17	Wyroby z tworzyw sztucznych	2,6	1,3	Kakao, czekolada i wyroby cukiernicze	2,4	1,3
18	Maszyny specjalnego przeznaczenia	2,4	1,3	Kurki i zawory	2,2	1,2
19	Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	2,4	1,2	Żeliwo, stal i żelazostopy	2,1	1,1
20	Kawa i herbata	2,2	1,2	Lody	2,1	1,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A4: Indeksy handlu wewnątrzgałęziowego (według tzw. formuły marginalnej) obliczone dla województwa Małopolskiego w 2008 roku dla grup produkcyjnych PKWiU

Grupa PKWiU	Indeks A	Indeks B	Udział w HZ w 2008 roku
Aluminium i wyroby z aluminium	0,00	1,00	6,19
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	0,00	1,00	2,33
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	0,00	1,00	1,06
Wyroby z miedzi	0,09	0,91	2,01
Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	0,10	0,90	2,22
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	0,28	0,72	2,39
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	0,40	0,60	1,56
Pojazdy samochodowe	0,53	0,47	6,63
Maszyny specjalnego przeznaczenia	0,55	0,45	1,34
Żeliwo, stal i żelazostopy	0,60	0,40	4,56
Papier i tektura	0,76	0,24	1,02
Maszyny ogólnego przeznaczenia	0,84	0,16	1,56
Produkty rafinacji ropy naftowej	0,56	-0,44	5,88
Wyroby z gumy	0,55	-0,45	1,10
Wyroby metalowe gotowe	0,40	-0,60	1,42
Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	0,23	-0,77	1,68
Opakowania z metali lekkich	0,06	-0,94	1,28
Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	0,02	-0,98	1,20
Druły i przewody izolowane	0,00	-1,00	5,37
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	0,00	-1,00	5,29
Chemikalia organiczne podstawowe	0,00	-1,00	2,74
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	0,00	-1,00	1,71
Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	0,00	-1,00	1,63
Kurki i zawory	0,00	-1,00	1,53

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A5: Lista najważniejszych krajów w imporcie Małopolski w latach 2000, 2007, 2008

Lp.		2000			2007			2008		
		mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga
	Ogółem	2 603,7	100,0		6 680,9	100,0		7 509,0	100,0	
1	Niemcy	528,8	20,3	1	1 634,3	24,5	1	2 088,9	27,8	1
2	Słowacja	160,9	6,2	3	560,6	8,4	2	595,0	7,9	2
3	Chiny	108,8	4,2	6	429,0	6,4	4	512,3	6,8	3
4	Włochy	295,8	11,4	2	473,0	7,1	3	489,5	6,5	4
5	Francja	116,7	4,5	5	353,6	5,3	5	356,6	4,7	5
6	Czechy	105,2	4,0	8	255,5	3,8	7	297,1	4,0	6
7	Austria	63,0	2,4	13	145,7	2,2	11	280,0	3,7	7
8	Rosja	99,4	3,8	9	308,9	4,6	6	248,0	3,3	8
9	Niderlandy	80,2	3,1	11	218,5	3,3	8	228,4	3,0	9
10	Hiszpania	63,5	2,4	12	173,2	2,6	9	196,6	2,6	10
11	Węgry	43,0	1,7	16	124,7	1,9	15	174,2	2,3	11
12	Belgia	50,2	1,9	14	140,0	2,1	12	166,4	2,2	12
13	W. Brytania	107,9	4,1	7	158,3	2,4	10	161,8	2,2	13
14	USA	124,3	4,8	4	133,6	2,0	14	138,9	1,8	14
15	Japonia	42,2	1,6	17	96,9	1,5	16	132,7	1,8	15
16	Szwecja	49,1	1,9	15	134,3	2,0	13	127,4	1,7	16
17	Turcja	15,8	0,6	26	95,5	1,4	17	84,6	1,1	17
18	Norwegia	8,6	0,3	33	63,3	0,9	21	83,2	1,1	18
19	Finlandia	37,7	1,4	19	54,7	0,8	25	70,3	0,9	19
20	Rumunia	13,9	0,5	28	68,2	1,0	20	69,8	0,9	20
21	Szwajcaria	32,2	1,2	20	72,3	1,1	18	65,4	0,9	21
22	Ukraina	90,0	3,5	10	71,5	1,1	19	65,4	0,9	22
23	Białoruś	3,6	0,1	49	63,0	0,9	22	62,4	0,8	23
24	Dania	29,8	1,1	22	61,8	0,9	23	62,0	0,8	24
25	Kazachstan	24,8	1,0	23	40,5	0,6	29	44,3	0,6	25
	Pozostałe kraje	308,2	11,8		749,9	11,2		708,0	9,4	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A6: Lista najważniejszych produktów w imporcie Małopolski w 2007 i 2008 roku

Lp.	Grupa PKWiU	2007			2008		
		mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga
	Ogółem	6 680,9	100,0		7 509,0	100,0	
1	Produkty rafinacji ropy naftowej	617,2	9,2	2	711,7	9,5	1
2	Aluminium i wyroby z aluminium	626,3	9,4	1	546,5	7,3	2
3	Żeliwo, stal i żelazostopy	429,5	6,4	3	445,6	5,9	3
4	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	160,1	2,4	9	409,4	5,5	4
5	Pojazdy samochodowe	147,3	2,2	10	315,8	4,2	5
6	Chemikalia organiczne podstawowe	259,3	3,9	5	271,7	3,6	6
7	Wyroby z miedzi	301,4	4,5	4	255,9	3,4	7
8	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	207,3	3,1	7	223,2	3,0	8
9	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	212,6	3,2	6	218,5	2,9	9
10	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	80,0	1,2	18	160,2	2,1	10
11	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	43,8	0,7	37	151,6	2,0	11
12	Papier i tektura	144,0	2,2	11	135,5	1,8	12
13	Kurki i zawory	106,1	1,6	12	110,3	1,5	13
14	Maszyny ogólnego przeznaczenia	89,6	1,3	14	105,4	1,4	14
15	Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	99,0	1,5	13	105,3	1,4	15
16	Wyroby metalowe gotowe	89,3	1,3	15	99,6	1,3	16
17	Maszyny specjalnego przeznaczenia	81,9	1,2	17	98,1	1,3	17
18	Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	67,4	1,0	21	89,3	1,2	18
19	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	83,7	1,3	16	85,4	1,1	19
20	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	78,3	1,2	19	79,7	1,1	20
21	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	76,3	1,1	20	74,6	1,0	21
22	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	51,7	0,8	27	66,3	0,9	22
23	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	52,5	0,8	25	65,2	0,9	23
24	Maszyny dla górnictwa i budownictwa	48,5	0,7	29	63,7	0,8	24
25	Wyroby z tworzyw sztucznych	59,4	0,9	23	63,0	0,8	25
	Pozostałe	2 468,4	36,9		2 557,3	34,1	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A7: Najważniejsze produkty (PKWIU) eksportowane do krajów Europy Środkowo-Wschodniej w 2007 i 2008 roku (mln EUR oraz %)

Grupa produktowa	2007			2008			Zmiana rangi	Zmiana wartości EUR
	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga		
Ogółem	1 712,1	100,0		2 106,1	100,0			
Pojazdy samochodowe	59,2	3,5	4	378,7	18,0	1	3	319,5
Druty i przewody izolowane	139,5	8,1	1	158,6	7,5	2	-1	19,1
Aluminium i wyroby z aluminium	104,6	6,1	2	103,2	4,9	3	-1	-1,4
Żeliwo, stal i żelazostopy	58,1	3,4	5	87,4	4,1	4	1	29,3
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	37,5	2,2	13	57,2	2,7	5	8	19,7
Opakowania z metali lekkich	56,4	3,3	6	54,2	2,6	6	0	-2,2
Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne (bez przeznaczonych dla gosp. dom.)	53,7	3,1	7	47,2	2,2	7	0	-6,5
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	50,9	3,0	8	46,9	2,2	8	0	-4,0
Chemikalia organiczne podstawowe	49,8	2,9	9	45,4	2,2	9	0	-4,4
Maszyny specjalnego przeznaczenia	22,1	1,3	23	43,3	2,1	10	13	21,3
Produkty rafinacji ropy naftowej	38,2	2,2	12	41,7	2,0	11	1	3,5
Wyroby z gumy	40,3	2,4	11	41,6	2,0	12	-1	1,3
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	48,9	2,9	10	40,6	1,9	13	-3	-8,3
Rury, przewody rurowe i łączniki do rur ze stali	26,9	1,6	19	38,3	1,8	14	5	11,4
Maszyny ogólnego przeznaczenia	25,7	1,5	21	36,3	1,7	15	6	10,6
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	25,8	1,5	20	36,0	1,7	16	4	10,2
Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	34,2	2,0	15	34,7	1,6	17	-2	0,5
Kurki i zawory	30,1	1,8	16	33,4	1,6	18	-2	3,3
Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	28,3	1,7	18	32,1	1,5	19	-1	3,8
Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	35,1	2,1	14	31,6	1,5	20	-6	-3,5
Konstrukcje metalowe	21,6	1,3	24	27,8	1,3	21	3	6,2
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	15,6	0,9	30	27,2	1,3	22	8	11,7
Wody mineralne i napoje bezalkoholowe	17,4	1,0	29	25,2	1,2	23	6	7,7
Książki	29,0	1,7	17	24,5	1,2	24	-7	-4,5
Papierowe artykuły dla gospodarstw domowych, toaletowe i sanitarne	17,9	1,0	27	22,9	1,1	25	2	5,0
Pozostałe	645,2	37,7		590,1	28,0			-55,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A8: Lista najważniejszych krajów Dalekiego Wschodu w imporcie Małopolski (mln EUR oraz %) w latach 2000-2008

	2000			2007			2008		
	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga	mln EUR	%	Ranga
Ogółem	286,9	100,0		751,4	100,0		888,2	100,0	
Chiny	108,8	37,9	1	429,0	57,1	1	512,3	57,7	1
Japonia	42,2	14,7	2	96,9	12,9	2	132,7	14,9	2
Kazachstan	24,8	8,6	4	40,5	5,4	4	44,3	5,0	3
India	10,3	3,6	7	32,8	4,4	5	42,7	4,8	4
Tajwan	39,8	13,9	3	40,5	5,4	3	39,3	4,4	5
Tajlandia	6,2	2,2	9	17,3	2,3	8	21,3	2,4	6
Rep. Korei	15,7	5,5	6	19,8	2,6	6	21,2	2,4	7
Malezja	20,0	7,0	5	17,9	2,4	7	18,9	2,1	8
Bangladesz	0,7	0,2	14	12,3	1,6	10	14,8	1,7	9
Indonezja	6,2	2,2	8	14,1	1,9	9	11,8	1,3	10
Wietnam	2,1	0,7	11	6,9	0,9	12	8,4	0,9	11
Hongkong	1,0	0,4	13	8,4	1,1	11	6,6	0,7	12
Pozostałe	9,1	3,2		15,0	2,0		14,0	1,6	

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A9: Saldo obrotów handlowych Małopolski z wybranymi krajami Dalekiego Wschodu w latach 2000-2008 (mln EUR)

	2000	2005	2006	2007	2008
Ogółem	-221,3	-303,1	-411,3	-600,7	-723,2
Chiny	-104,4	-145,7	-218,9	-349,3	-447,6
Japonia	-28,8	-52,7	-66,5	-89,0	-123,4
Tajwan	-26,2	-20,7	-23,9	-31,1	-32,7
Kazachstan	-16,4	-32,5	-35,7	-32,3	-25,1
India	-4,5	-15,2	-19,2	-29,9	-22,9
Tajlandia	-2,2	-9,1	-9,6	-15,8	-18,6
Bangladesz	-0,7	-5,6	-8,7	-11,8	-14,2
Republika Korei	-7,4	-7,8	-5,9	-6,4	-12,0
Malezja	-18,7	-5,8	-10,7	-12,1	-11,9
Indonezja	-2,7	-4,8	-8,5	-12,6	-11,2
Filipiny	-6,2	-1,7	-1,8	-3,3	-4,8
Uzbekistan	-0,9	-1,8	-3,3	-5,4	-1,6

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A10: Najważniejsze produkty w eksporcie Małopolski do krajów Dalekiego Wschodu w roku 2007 i 2008 (mln EUR)

Grupa PKWiU	2007		2008	
	mln EUR	%	mln EUR	%
Ogółem	150,7	100,0	165,0	100,0
Chemikalia organiczne podstawowe	43,0	28,5	20,3	12,3
Maszyny specjalnego przeznaczenia	1,1	0,7	16,4	9,9
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	26,7	17,7	13,3	8,1
Żeliwo, stal i żelazostopy	11,7	7,8	13,0	7,9
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	1,8	1,2	12,6	7,7
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	2,0	1,4	7,3	4,4
Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	4,8	3,2	6,8	4,1
Druty i przewody izolowane	7,8	5,2	6,6	4,0
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	3,1	2,0	6,5	4,0
Skóry wyprawione	3,9	2,6	6,3	3,8
Wyroby płaskie walcowane na zimno, o szerokości < 600 mm	6,1	4,0	5,9	3,6
Produkty rafinacji ropy naftowej	0,1	0,1	4,0	2,4
Meble pozostałe	2,6	1,8	3,9	2,3
Urz. chłodn. i wentylacyjne (bez urz. dla gospodarstw domowych)	4,8	3,2	3,8	2,3
Narzędzia mechaniczne do obróbki metali	1,2	0,8	3,7	2,3
Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	2,2	1,5	3,5	2,1
Maszyny ogólnego przeznaczenia	2,0	1,3	3,2	2,0
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	1,9	1,2	2,9	1,8
Wyroby z miedzi	4,6	3,0	2,6	1,6
Pojazdy samochodowe	0,2	0,1	2,2	1,3
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	0,3	0,2	1,7	1,0
Kurki i zawory	2,0	1,3	1,6	1,0
Pozostałe	17,0	11,3	16,7	10,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A11: Lista najważniejszych produktów w imporcie Małopolski z krajów Dalekiego Wschodu w roku 2007 i 2008 oraz saldo wymiany tymi produktami

Grupa PKWiU	2007		2008		
	import		import		saldo
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR
Ogółem	751,4	100,0	888,2	100,0	-723,2
Pojazdy samochodowe	30,9	4,1	59,6	6,7	-57,4
Kurki i zawory	45,5	6,1	46,7	5,3	-45,1
Produkty rafinacji ropy naftowej	41,1	5,5	43,5	4,9	-39,5
Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	32,1	4,3	39,2	4,4	-39,0
Ubiory wierzchnie	27,5	3,7	36,2	4,1	-36,2
Wyroby metalowe gotowe	16,4	2,2	34,1	3,8	-33,7
Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	28,1	3,7	29,5	3,3	-29,4
Bielizna	19,9	2,7	24,9	2,8	-24,8
Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	24,3	3,2	24,4	2,7	-23,9
Maszyny specjalnego przeznaczenia	13,5	1,8	22,0	2,5	-5,7
Obuwie	21,7	2,9	21,3	2,4	-21,1
Wyroby pozostałe	13,6	1,8	19,0	2,1	-19,0
Odzież i dodatki odzieżowe	12,8	1,7	16,1	1,8	-16,0
Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	14,2	1,9	15,3	1,7	-15,3
Pulowery, swetry i podobne wyroby dziane	10,8	1,4	15,2	1,7	-15,2
Żeliwo, stal i żelazostopy	15,0	2,0	15,0	1,7	-2,0
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane	8,8	1,2	14,3	1,6	-14,3
Wyroby z gumy	10,1	1,3	13,7	1,5	-13,6
Nośniki informacji niezapisane, gotowe	11,8	1,6	12,2	1,4	-12,2
Wyroby kaletnicze i rymarskie	9,0	1,2	11,9	1,3	-11,9
Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprzężyny	9,7	1,3	11,5	1,3	-11,5
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	10,5	1,4	10,8	1,2	-9,8
Gry i zabawki	9,6	1,3	10,3	1,2	-10,2
Wyroby z tworzyw sztucznych	9,0	1,2	9,8	1,1	-9,6
Zamki i zawiasy	8,7	1,2	9,8	1,1	-9,7
Meble pozostałe	6,6	0,9	9,3	1,1	-5,5
Surowce górnictwa	8,4	1,1	9,3	1,0	-9,3
Chemikalia organiczne podstawowe	9,0	1,2	9,1	1,0	11,2
Tkaniny	8,1	1,1	8,9	1,0	-8,8
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	6,9	0,9	8,8	1,0	-5,9
Pozostałe	257,4	34,3	276,4	31,1	-179,1

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A12: Najważniejsze produkty w eksporcie Małopolski do Chin w 2006-2008 roku (mln EUR)

Grupa PKWiU	2006		2007		2008	
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR	%
Ogółem	61,4	100,0	79,7	100,0	64,7	100,0
Chemikalia organiczne podstawowe	32,7	53,3	34,6	43,4	16,1	24,9
Rudy metali nieżelaznych, z wyłączeniem rud uranu i toru	10,0	16,3	26,7	33,5	13,3	20,6
Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	0,6	0,9	0,8	1,0	9,8	15,1
Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	4,5	7,3	2,0	2,5	7,0	10,8
Wyroby z miedzi	5,1	8,4	4,6	5,7	2,6	4,1
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	0,7	1,1	1,3	1,7	2,1	3,2
Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	0,1	0,1	1,1	1,3	2,0	3,1
Kauczuk syntetyczny w formach podstawowych	0,2	0,4	0,5	0,6	1,7	2,6
Druły i przewody izolowane	2,4	3,9	1,1	1,3	1,5	2,3
Żeliwo, stal i żelazostopy	1,1	1,8	1,0	1,3	1,4	2,1
Kurki i zawory	0,2	0,3	0,8	1,1	1,0	1,6
Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	0,5	0,8	0,7	0,9	0,9	1,4
Sprzęt oświetleniowy i lampy elektryczne	0,0	0,0	0,2	0,2	0,9	1,3
Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	0,0	0,0	0,3	0,3	0,6	1,0
Maszyny ogólnego przeznaczenia	0,7	1,1	0,7	0,9	0,6	1,0
Pozostałe	2,7	4,4	3,3	4,1	3,1	4,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A13: Najważniejsze produkty w imporcie Małopolski z Chin w 2007 i 2008 roku (mln EUR)

Grupa PKWiU	2007		2008		
	import		import		saldo
	mln EUR	%	mln EUR	%	mln EUR
Ogółem	429,0	100,0	512,3	100,0	-447,6
Kurki i zawory	44,9	10,5	46,5	9,1	-45,4
Ubiory wierzchnie	20,8	4,9	28,5	5,6	-28,5
Wyroby metalowe gotowe	8,8	2,1	25,1	4,9	-25,1
Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	18,4	4,3	21,1	4,1	-20,9
Odbiorniki telewizyjne i radiowe, urządzenia do rejestracji i odtwarzania dźwięku i obrazu oraz akcesoria do nich	15,5	3,6	18,4	3,6	-18,4
Wyroby pozostałe	12,9	3,0	18,2	3,5	-18,2
Obuwie	19,0	4,4	17,6	3,4	-17,6
Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	12,8	3,0	15,1	2,9	-15,0
Odzież i dodatki odzieżowe	11,0	2,6	13,8	2,7	-13,8
Wyroby kaletnicze i rymarskie	8,8	2,0	10,7	2,1	-10,7
Gry i zabawki	9,5	2,2	10,2	2,0	-10,2
Pulowery, swetry i podobne wyroby dziane	4,0	0,9	9,9	1,9	-9,9
Bielizna	7,0	1,6	9,8	1,9	-9,8
Surowce górnictwa	8,4	2,0	9,3	1,8	-9,3
Zamki i zawiasy	7,5	1,7	9,0	1,8	-9,0
Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	7,5	1,8	8,9	1,7	-8,9
Żeliwo, stal i żelazostopy	11,8	2,8	7,8	1,5	-6,4
Sprzęt oświetleniowy i lampy elektryczne	4,3	1,0	7,7	1,5	-6,8
Nośniki informacji niezapisane	3,5	0,8	7,4	1,4	-7,4
Meble pozostałe	4,2	1,0	7,1	1,4	-6,7
Lampy elektronowe i pozostałe elementy elektroniczne	7,5	1,7	7,1	1,4	-7,1
Wyroby z tworzyw sztucznych	6,7	1,6	6,9	1,3	-6,8
Sprzęt gospodarstwa domowego, elektryczny	9,2	2,1	6,8	1,3	-6,8
Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	7,0	1,6	6,7	1,3	-6,1
Owoce i warzywa przetworzone i zakonserwowane,	4,3	1,0	6,0	1,2	-6,0
Sprzęt sportowy	3,9	0,9	5,9	1,1	-5,9
Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	4,4	1,0	5,6	1,1	-5,6
Meble do siedzenia	4,7	1,1	5,5	1,1	-5,5
Substancje farmaceutyczne podstawowe	3,4	0,8	5,4	1,0	-5,4
Wyroby włókiennicze gotowe, z wyłączeniem odzieży	3,8	0,9	5,3	1,0	-5,3
Silniki elektryczne, prądnice i transformatory	3,2	0,7	4,9	1,0	-2,9
Pozostałe	130,4	30,4	144,3	28,2	-86,3

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

Tabela A14: 30 grup produktowych PKWiU w których firmy z przewagą własności zagranicznej osiągają największe dodatnie saldo handlu zagranicznego w Małopolsce (2008 r, mln EUR)²⁵

Lp.	Grupa PKWiU	Firmy z przewagą wł. zagranicznej	Firmy z przewagą wł. krajowej
1	Pojazdy samochodowe	423,9	-134,3
2	Wyposażenie elektryczne do silników i pojazdów	179,9	51,8
3	Opakowania z metali lekkich	119,2	16,7
4	Wyroby ceramiczne ogniotrwałe	72,2	-7,7
5	Gazety, dzienniki i czasopisma, ukazujące się rzadziej niż cztery razy w tygodniu	50,7	1,4
6	Suchary i sucharki, herbatniki; wyroby piekarskie i ciastkarskie o przedłużonej trwałości	45,6	2,5
7	Wyroby z gumy	45,1	-4,4
8	Aparatura elektryczna rozdzielcza i sterownicza	42,1	95,8
9	Książki	30,7	-1,7
10	Papier i tektura faliste oraz opakowania z papieru i tektury	23,8	-10,9
11	Cement	17,3	-1,3
12	Szkło płaskie profilowane i poddane dalszej obróbce	10,9	-10,2
13	Artykuły papiernicze piśmienne	10,7	-1,6
14	Wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa	9,6	34,5
15	Skóry wyprawione	9,5	-10,2
16	Kawa i herbata	8,1	17,4
17	Leki i wyroby farmaceutyczne	6,3	-7,3
18	Skóry futerkowe; wyroby futrzarskie	5,2	0,2
19	Wyroby i usługi poligraficzne	4,8	7,4
20	Włókna szklane	4,5	-1,3
21	Wyroby z drewna	4,2	13,9
22	Meble biurowe i sklepowe	3,4	1,2
23	Wyroby z tworzyw sztucznych dla budownictwa	3,3	45,1
24	Tkaniny	3,1	-51,0
25	Konstrukcje metalowe	2,7	53,0
26	Pojemniki metalowe	2,0	-0,2
27	Mięso z drobiu i królików, świeże i zakonserwowane	1,9	18,7
28	Szkło gospodarcze	1,8	53,9
29	Opakowania drewniane	1,7	23,5
30	Zamki i zawiasy	1,2	-9,5

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

²⁵ Dla porównania w tabeli prezentowane jest saldo obrotów firm z przewagą własności krajowej w danej grupie produktowej PKWiU.

Tabela A15: 30 grup produktowych PKWiU w których firmy z przewagą własności zagranicznej osiągają najgłębsze ujemne saldo handlu zagranicznego w Małopolsce (2008 r, mln EUR)²⁶

Lp.	Grupa produktowa PKWiU	Firmy z przewagą wł. zagranicznej	Firmy z przewagą wł. krajowej
1	Produkty rafinacji ropy naftowej	-666,9	60,8
2	Części i akcesoria do pojazdów samochodowych i ich silników	-177,4	93,4
3	Aluminium i wyroby z aluminium	-136,7	-96,8
4	Owoce, orzechy i rośliny wykorzystywane do produkcji napojów, rośliny przyprawowe	-136,6	-83,8
5	Nadwozia do pojazdów samochodowych; przyczepy i naczepy	-128,7	-8,0
6	Papier i tektura	-110,6	-18,2
7	Tworzywa sztuczne w formach podstawowych	-52,9	-51,5
8	Mięso świeże i zakonserwowane, z wyłączeniem mięsa z drobiu i królików	-36,1	-51,3
9	Zboża, ziemniaki, rośliny przemysłowe i surowce rolnictwa	-32,7	-19,4
10	Komputery i pozostałe urządzenia do przetwarzania informacji	-30,2	-55,9
11	Żeliwo, stal i żelazostopy	-30,0	-227,4
12	Elementy złączne, śruby i wkręty, łańcuchy i sprężyny	-29,1	-11,1
13	Maszyny ogólnego przeznaczenia	-28,6	34,8
14	Chemikalia organiczne podstawowe	-28,3	-134,3
15	Wyroby metalowe gotowe	-25,5	24,0
16	Instrumenty i przyrządy pomiarowe, kontrolne, nawigacyjne i podobne instrumenty i przyrządy	-24,1	-23,4
17	Pompy i sprężarki	-23,7	-16,1
18	Warzywa, specjalne rośliny ogrodnicze; produkty szkółkarskie	-22,6	-22,0
19	Płyty, arkusze, rury i kształtowniki, z tworzyw sztucznych	-21,9	-5,9
20	Urządzenia chłodnicze i wentylacyjne, z wyłączeniem urządzeń przeznaczonych dla gospodarstw domowych	-20,1	98,6
21	Farby, lakiery i podobne środki pokrywające, farba drukarska i gotowe sykatywy	-19,3	-15,7
22	Maszyny specjalnego przeznaczenia	-19,1	9,1
23	Narzędzia mechaniczne do obróbki metali	-18,8	-18,4
24	Bielizna	-18,4	-2,1
25	Kakao, czekolada i wyroby cukiernicze	-18,3	9,2
26	Wyroby chemiczne	-17,5	-23,5
27	Urządzenia nadawcze telewizyjne i radiowe, urządzenia i aparaty dla telefonii i telegrafii przewodowej	-17,2	-33,0
28	Surowce górnictwa	-16,9	-4,8
29	Wyroby z tworzyw sztucznych	-15,8	-17,0
30	Gry i zabawki	-15,4	3,9

Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych GUS

²⁶ Dla porównania w tabeli prezentowane jest saldo obrotów firm z przewagą własności krajowej w danej grupie produktowej PKWiU.

