



Strategia
2030



Instytut Rozwoju



OPRACOWANIE STRATEGII ROZWOJU OBSZARU METROPOLITALNEGO DO 2030 ROKU

Konsultacje wewnętrzne

Pomorski Park Naukowo–Technologiczny

Gdynia, 5 września 2014



MINISTERSTWO
INFRASTRUKTURY
I ROZWOJU





Plan warsztatów

5 września 2014

Gdynia, Pomorski Park Naukowo–Technologiczny, sala E

- | | |
|----------------------|--|
| 09.00 – 12.00 | Internacjonalizacja gospodarki obszaru metropolitalnego |
| 12.00 – 13.30 | Przerwa kawowa |
| 12.30 – 15.30 | Kluczowe motory rozwoju gospodarczego OM |
| 15.30 – 15.45 | Podsumowanie |





Strategia
2030



Instytut Rozwoju



OPRACOWANIE STRATEGII ROZWOJU OBSZARU METROPOLITALNEGO DO 2030 ROKU

Informacje o Projekcie



MINISTERSTWO
INFRASTRUKTURY
I ROZWOJU





Cele projektu

- dokonanie wieloaspektowej analizy OM
- identyfikacja głównych szans i wyzwań rozwojowych
- identyfikacja sfer docelowej współpracy metropolitalnej
- ustalenie sposobu i zakresu prowadzenia współpracy metropolitalnej
- wypracowanie mechanizmów efektywnej współpracy pomiędzy JST, kluczowymi partnerami społeczno-gospodarczymi oraz mieszkańcami OM
- daleko idące uspółecznienie procesu analitycznego i budowy Strategii poprzez prowadzenie konsultacji wewnętrznych i konsultacji społecznych
- wzmocnienie kompetencji JST do zgłaszania i wdrażania działań w praktyce realizujących zapisy Strategii





Etapy realizacji projektu

Etap I

Diagnoza

Stan obecny

20 listopad 2014

Gdzie jesteśmy?

Diagnozy sektorowe

Diagnoza ogólna OM

Etap II

**Strategia
2030**

Stan docelowy

kwiecień 2015

Gdzie chcemy być w 2030 roku?

Jak chcemy to osiągnąć?

Strategia 2030

Polityki rozwojowe

Etap III

**Szkolnie
Doradztwo**

Wzmocnienie kompetencji

wrzesień 2015

Warsztaty dla JST

Podręcznik i doradztwo





Diagnozy sektorowe w ramach Etapu 1 Projektu

- Infrastruktura transportowa OM na tle uwarunkowań przestrzennych
- Bezpieczeństwo energetyczne i środowisko przyrodnicze OM
- Włączenie społeczne i rozwój kapitału społecznego OM
- Nauka, innowacyjność i przedsiębiorczość w OM
- Rola małych miast i obszarów wiejskich w rozwoju OM
- Rozwój zasobów ludzkich OM
- Zarządzanie OM
- Demograficzne uwarunkowania rozwoju OM
- Kluczowe i potencjalne motory rozwoju gospodarczego OM
- Internacjonalizacja gospodarki OM





Harmonogram prac w ramach Etapu 1

- 26 czerwca – 4 lipca Konsultacje wewnętrzne – Runda 1
- **5 – 15 września** **Konsultacje wewnętrzne – Runda 2**
- 20 września Diagnozy sektorowe – projekt
- 1 – 15 października Konsultacje społeczne projektu Diagnozy ogólnej OM
- 23 – 24 października Prezentacja projektu Diagnozy Ogólnej OM na Kongresie Smart Metropolia 2014
- 20 listopada Przekazanie finalnej wersji Diagnoz sektorowych i Diagnozy ogólnej OM





Strategia
2030



Instytut Rozwoju



OPRACOWANIE STRATEGII ROZWOJU OBSZARU METROPOLITALNEGO DO 2030 ROKU

Internacjonalizacja gospodarki OM

Krystyna Gawlikowska-Hueckel

Stanisław Umiński



MINISTERSTWO
INFRASTRUKTURY
I ROZWOJU





Plan prezentacji

- Dlaczego internacjonalizacja?
- Uwarunkowania metodologiczne analizy dotyczącej internacjonalizacji OM
- Charakterystyka umiędzynarodowienia- handel zagraniczny OM
- Kapitał zagraniczny w OM
- Odpowiedzi z ankiet przeprowadzonych w JST
- Analiza SWOT





Strategia
2030



Instytut Rozwoju



Dlaczego internacjonalizacja?





Uwarunkowania metodologiczne, wprowadzenie

- Zrealizowane dotychczas prace mają charakter diagnostyczny.
- Problem: słaba dostępność danych, niekompatybilne i niepełne bazy danych.
- Większość danych według siedziby podmiotu.
- Konieczne podjęcie wspólnych kroków dla poprawy dostępności informacji statystycznej.





Ogólny obraz- handel zagraniczny

- W 2013r. eksport podmiotów z siedzibą w OM = 8,8 mld EUR; udział OM w eksporcie Polski = 5,7% (w porównaniu do 5,4 mld EUR i 4,7% w 2008 r.)
- Od roku 2008 wzrosła liczba mniejszych eksporterów, obniżyła się przeciętna wartość eksportu w przeliczeniu na jeden podmiot (dobra kondycja sektora MSP)
- Dobra kondycja eksporterów, ich konkurencyjność oraz skuteczna realizacja strategii eksportowych (w czasie kryzysu)
- W 2013 roku w OM – 1921 eksporterów z obszaru OM
- Eksporterzy głównie z Gdańska (679), Gdyni (478), Sopotu (90) oraz gmin: Żukowo, Tczew, Rumia, Lębork, Wejherowo





Charakterystyka umiędzynarodowienia

- **Udział eksportu w przychodach wysoki dla przemysłu (31%), niższy dla usług (6,8%) – dezindustrializacja będzie miała negatywny wpływ na eksport**
- **Poważne różnicowania wewnętrzne - udział eksportu w przychodach w powiecie tczewskim - 64%, lęborskim 42% - rola inwestycji zagranicznych**
- **Wysoka wartość eksportu *per capita* (5,8 tys. EUR dla OM, 9,7 tys. dla Trójmiasta, 12 tys. EUR dla Gdańska) – wynika także z pośrednictwa w eksporcie**





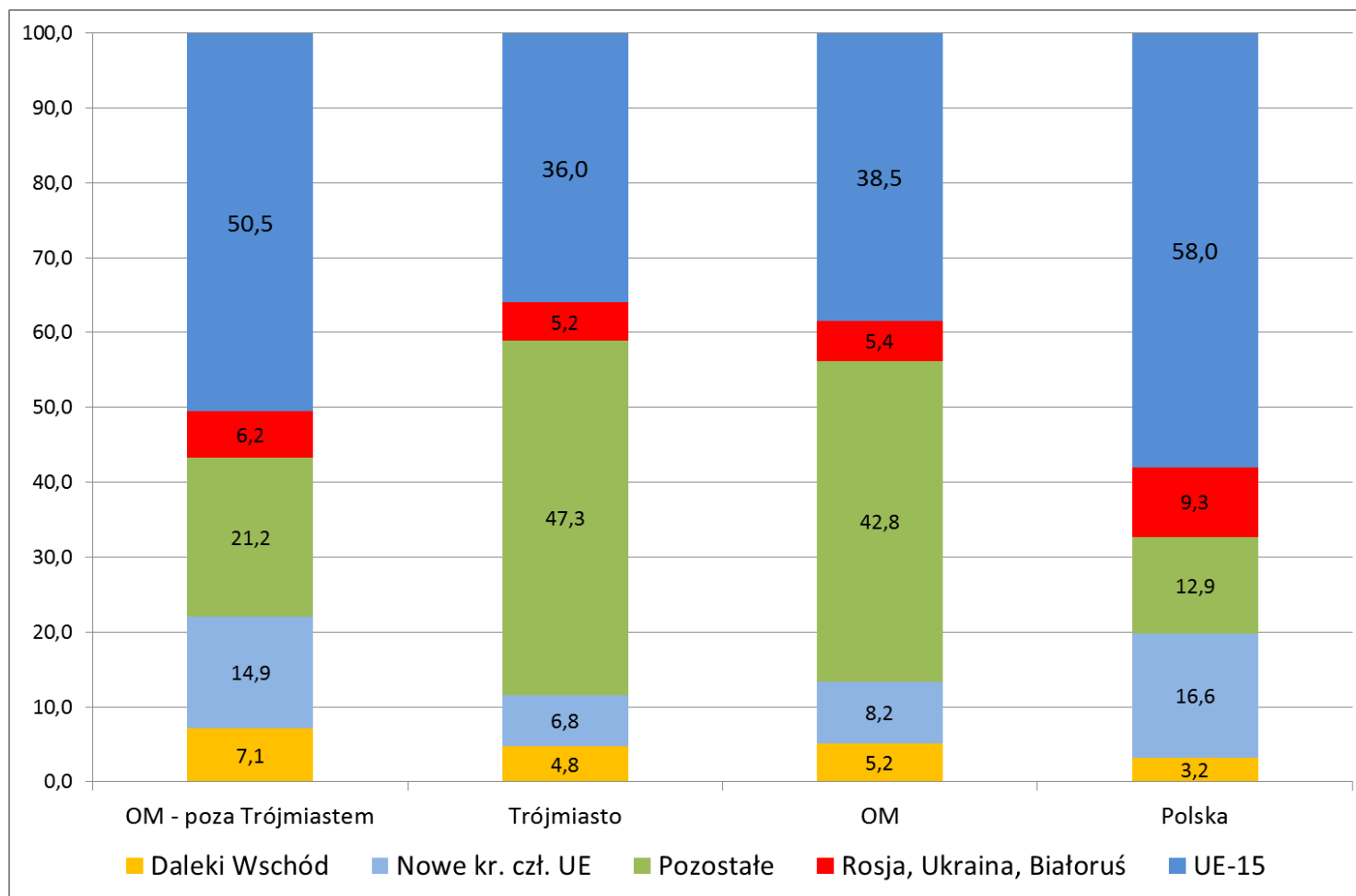
Charakterystyka umiędzynarodowienia

- Niski, nieznacznie malejący udział podmiotów z kapitałem zagranicznym w eksporcie OM (23%). Wysoki w poszczególnych gminach (Tczew – ponad 80%, Lębork, Krokowa, Wejherowo – około 50%)
- Główne rynki eksportowe dla podmiotów z OM: Norwegia (17%), Niemcy (11%), Niderlandy i USA (po 7%), Szwecja, Singapur, UK (po 5%), Rosja (4,2%)
- Specyficzna struktura geograficzna eksportu OM, przewagi komparatywne w eksporcie do: Vanuatu, Liberia, Bahamy, Singapur, Panama, Cypr, Norwegia
- Silna koncentracja potencjału eksportowego w tzw. *core*. W Trójmieście eksport jest w dużym stopniu bezpośrednio związany „z morzem”





Geograficzna struktura eksportu OM w 2013 roku

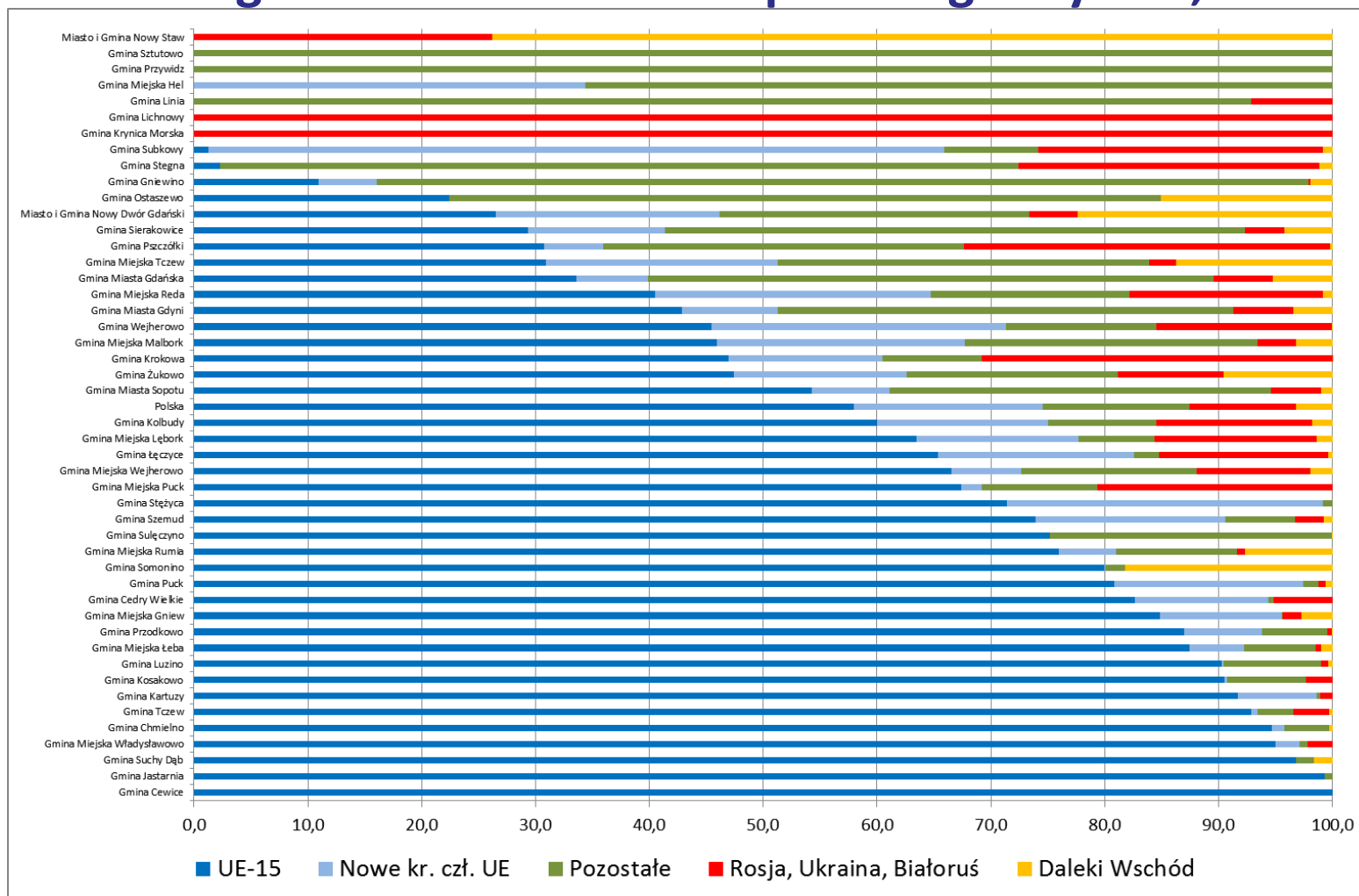


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej





Geograficzna struktura eksportu – gminy OM, 2013

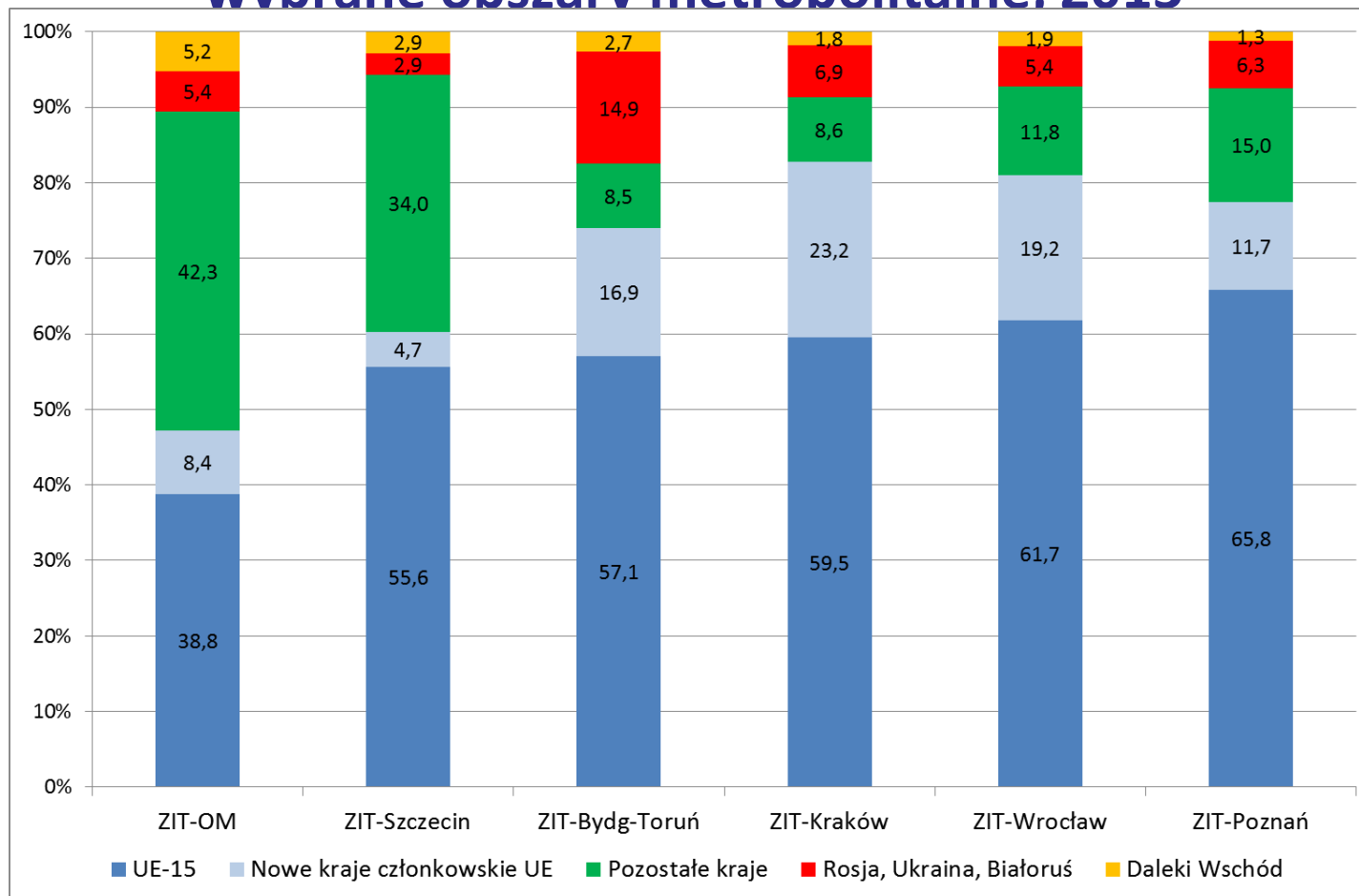


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej





Geograficzna struktura eksportu – wybrane obszary metropolitalne. 2013

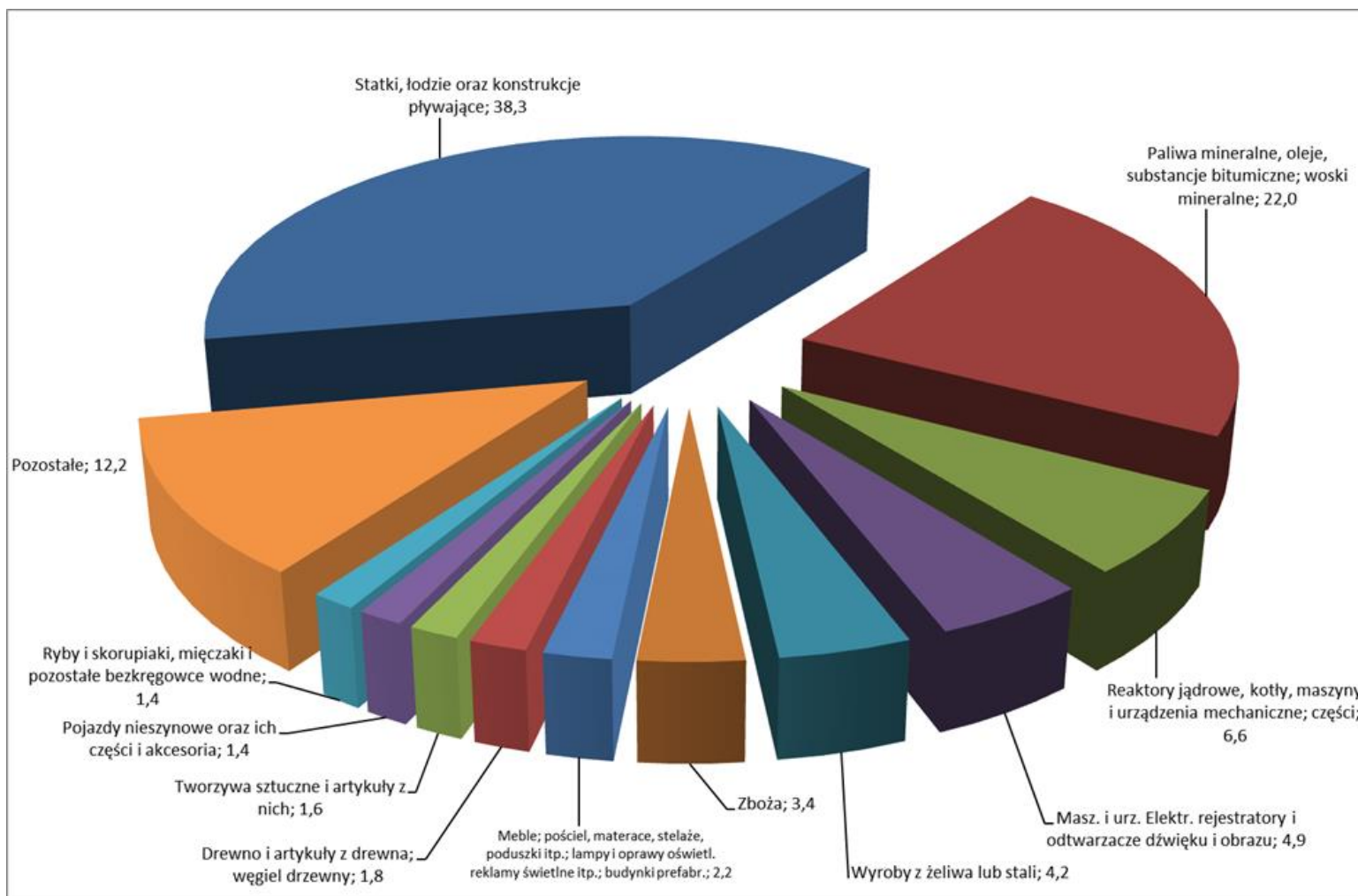


Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych Izby Celnej





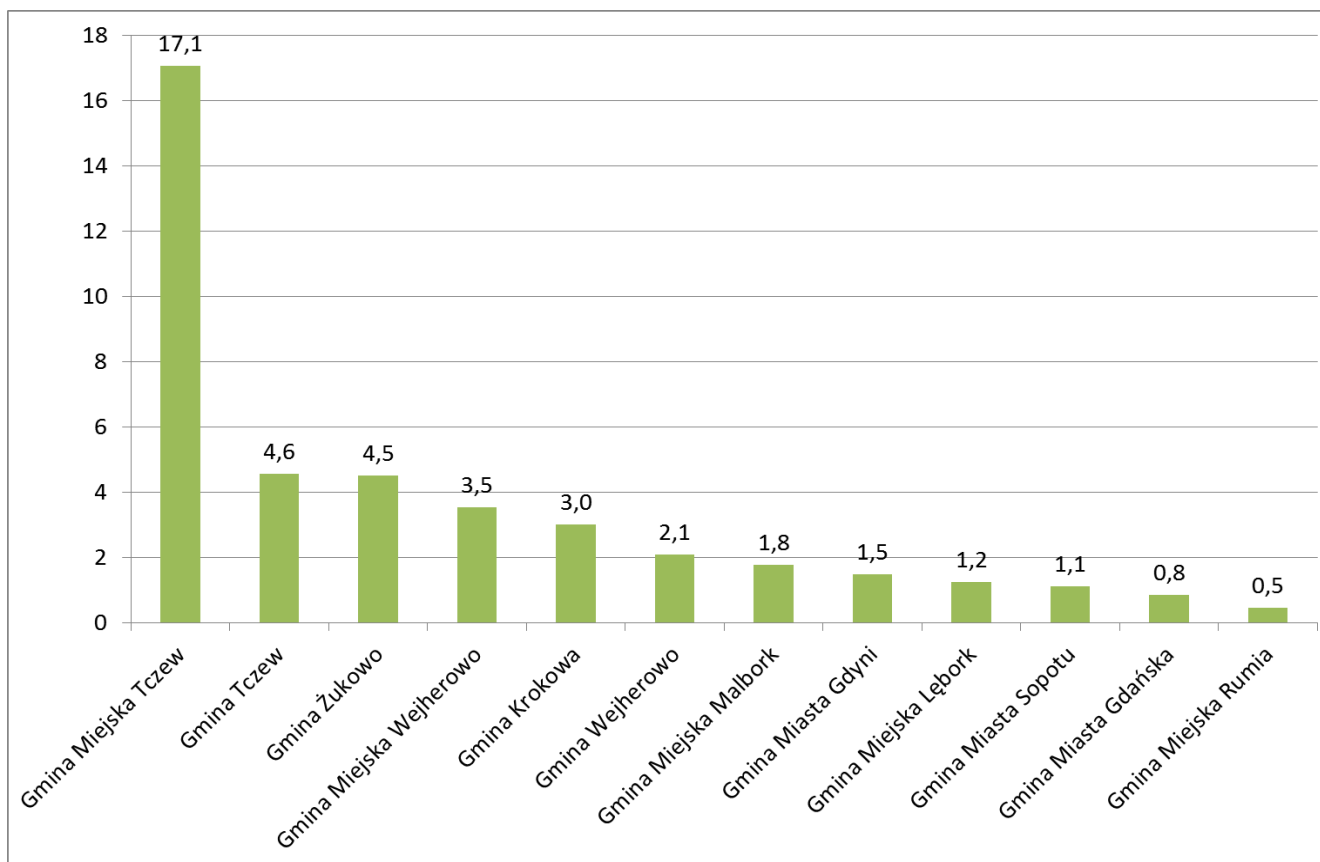
Produktowa struktura eksportu OM, 2013 (%)





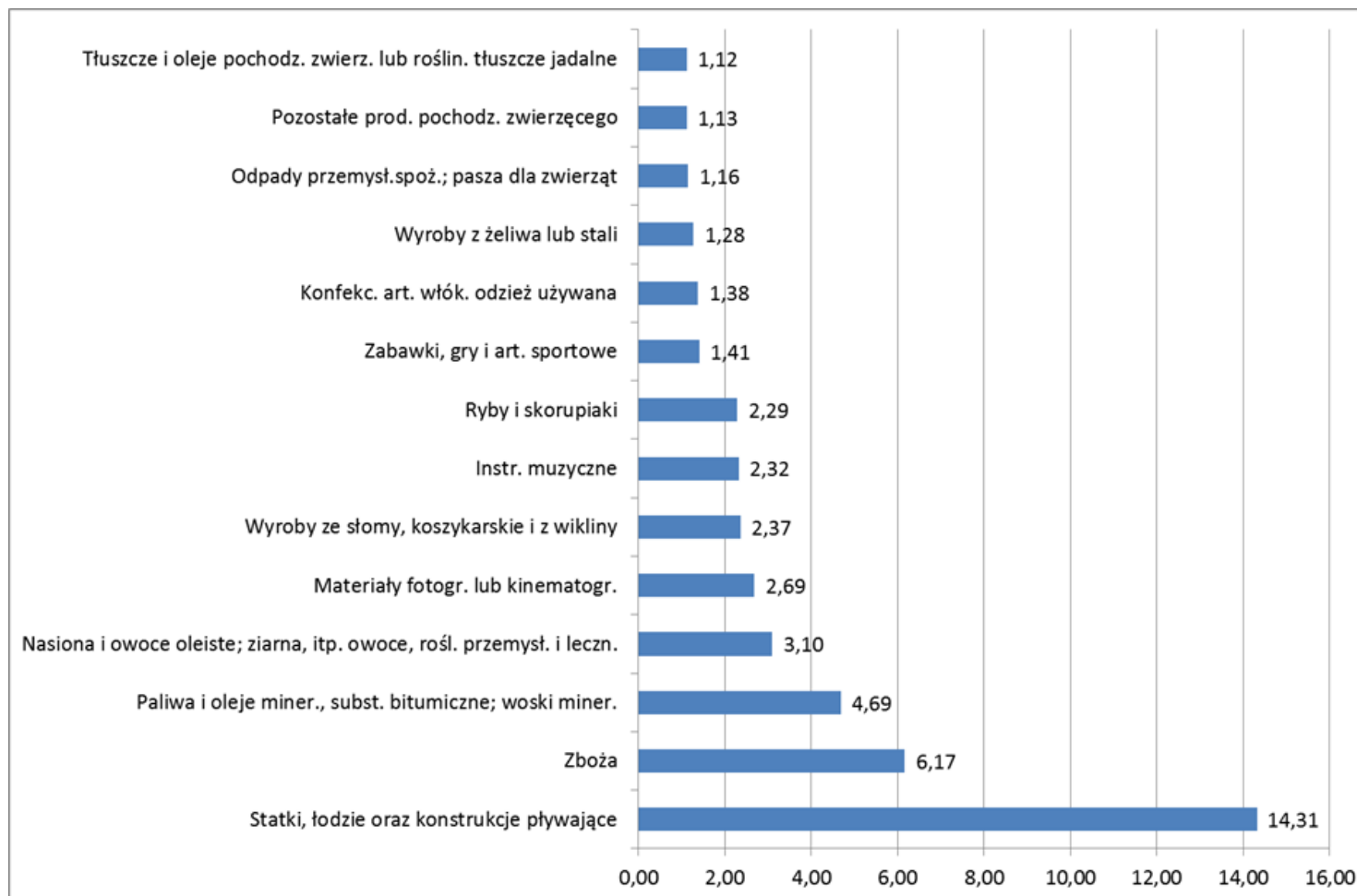
Jakość eksportu

**Wartość kg eksportu (EUR/KG): OM poza Trójmiastem 3,1 EUR;
Trójmiasto 0,9 EUR, Polska ogółem 1,5 EUR**





Ujawnione przewagi komparatywne w eksporcie OM





Eksport produktów rolno spożywczych



- **Artykuły rolno-spożywcze stanowią 10% eksportu OM, przy czym mają bardzo wysoki udział (powyżej 50%) w eksporcie gmin: Hel, Jastarnia, Gniewino, Władysławowo, Stężycza, Łeba, Nowy Staw, Puck, Somonino, Lębork, Rumia oraz Kartuzy**
- **Przede wszystkim są to: zboża (33% eksportu produktów rolnych i spożywczych OM); ryby i skorupiaki (14%); mięso i podroby (9%); nasiona, owoce, rośliny lecznicze (8%), przetwory z mięsa, ryb i skorupiaków (6,5%); przetwory z warzyw i owoców (6%); produkty mleczarskie, jaja, miód (5%)**





Eksport produktów wysokich technologii

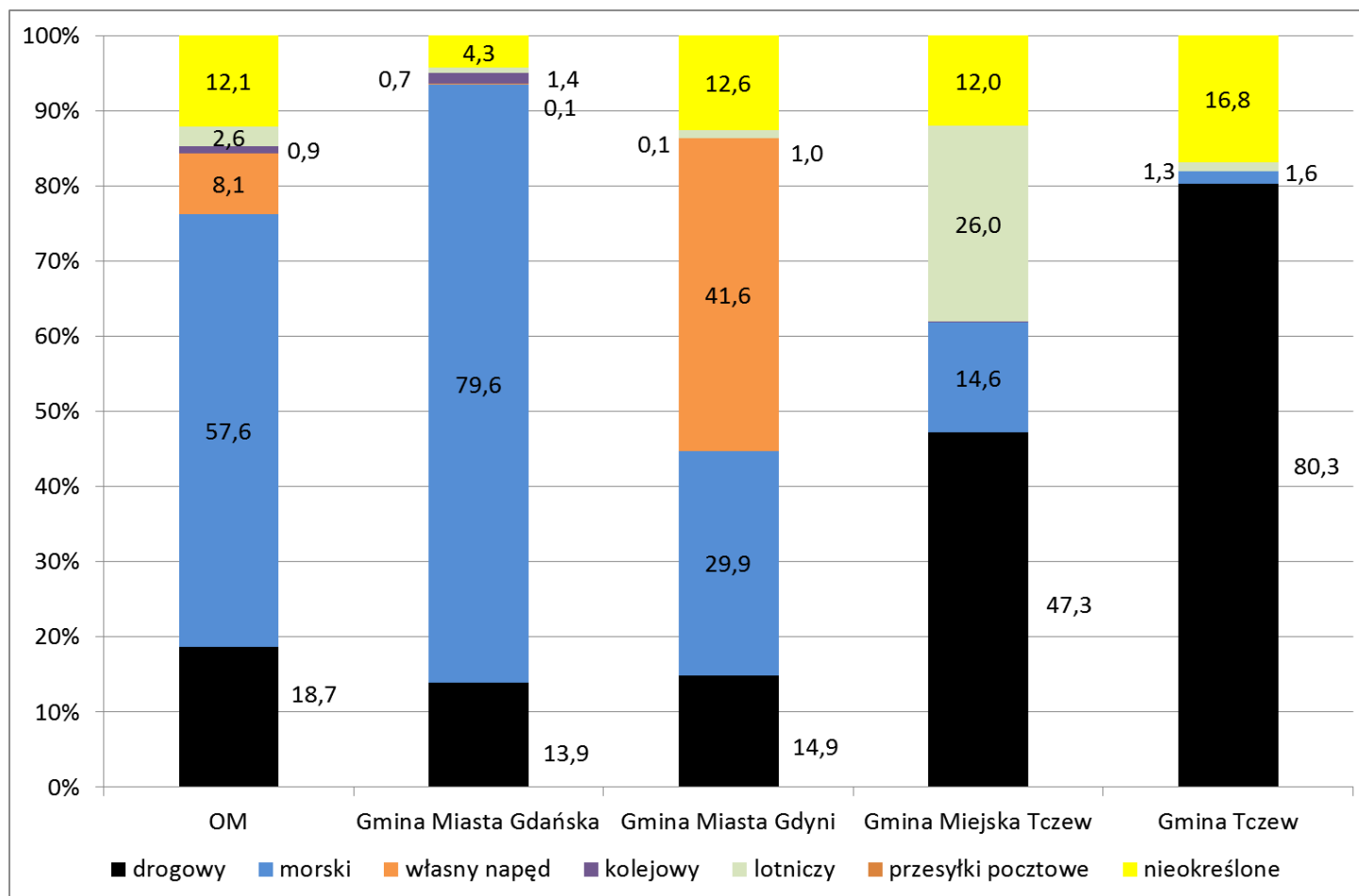


- W obrębie całego OM, eksport produktów wysokich technologii jest skoncentrowany w trzech gminach: Tczew (42%), Gdańsk (26%), Gdynia (14%)
- Udział tego typu produktów w eksporcie OM ogółem - 18% w roku 2008; 13,2% w roku 2013
- Udział produktów wysokich technologii w eksporcie: gminy Tczew - 78%, Gdańska = 5,5%; Gdyni 9,4%





Środki transportu wykorzystywane przez eksporterów z OM (wg. wartości eksportu w 2013 roku)





Kapitał zagraniczny w OM

- **Potencjalna atrakcyjność inwestycyjna OM jest wyższa, niż rzeczywista/realna (4160 podmiotów z udziałem kapitału zagranicznego w OM, z tego ponad 80 firm dużych, z listy PAIiZ, z czego 46 w Trójmieście)**
- **Bardzo silna konkurencja ze strony innych ośrodków metropolitalnych, o dobrej dostępności transportowej, położonych zwłaszcza w południowej oraz południowo-zachodniej części kraju, blisko unijnego rynku zbytu**
- **Poprawa dostępności transportowej oraz rozbudowa infrastruktury portowej przyczynią się do wzrostu inwestycji - szczególnie w sektorze logistycznym i transportowym**
- **Dla wzrostu internacjonalizacji OM przyciąganie inwestorów zagranicznych ma kluczowe znaczenie (ze względu na ich proeksportową orientację)**





Kapitał zagraniczny w OM

- **Skuteczna współpraca w z zakresie przyciągania inwestycji (w tym zagranicznych) – *Invest in Pomerania*. Skupiona jednak na przyciąganiu inwestycji, w zasadzie z pominięciem promocji eksportu**
- **Silna koncentracja BIZ w Trójmieście. Wraz z intensyfikacją napływu inwestycji nastąpi przesunięcie stricte produkcyjnych inwestycji poza *core***
- **Uwarunkowania zewnętrzne nie są sprzyjające. Polska jest bardzo wysoko oceniana, jako miejsce podejmowania inwestycji zagranicznych – jednakże w czasie kryzysu gospodarczego, wiele projektów inwestycyjnych jest weryfikowanych/redukowanych**





Wyniki badań ankietowych (1)

Odpowiedzi z JST (praktycznie brak reakcji ze strony firm oraz uczelni wyższych)

- **Procesy globalizacji postrzegane jako „raczej szansa niż zagrożenie”** (52%) bądź „zarówno szansa jak i zagrożenie” (28%)
- **Konkurentem OM są inne metropolie:** poznańska (24%), wrocławska (20%), warszawska (15%), krakowska (13%), szczecińska (12%) oraz Kaliningrad (20%), Hamburg (18%), Kopenhaga-Malmo (13%), Ryga (8%)
- **Dezindustrializacja jest realnym zagrożeniem dla rozwoju OM** (aczkolwiek wielu Respondentów nie ma wyrobionego zdania na ten temat)
- **Długofalowe szanse dla OM wiążą się głównie z eksportem:** produktów rolnych i rybnych (24%), przemysłowych (39%), usług (37%)
- **Perspektywiczne branże w eksporcie OM:** jachtowa i stoczniowa (12%), portowa i logistyczna (12%), przemysł (10%), obsługa biznesu (9%), farmaceutyczna (6%), petrochemiczna (6%), rybna, elektroniczna (po 5%)





Wyniki badań ankietowych (2)

- **Wrażliwość OM na zewnętrzne szoki gospodarcze:** trudno powiedzieć (53%), raczej wysoka (34%)
- **Wsparcie eksportu na poziomie OM:** zdecydowanie TAK i raczej TAK (58%)
- **Wiedza na temat oferty eksportowej OM, relacji handlowych, kierunków geograficznych:** zdecydowanie zła i raczej zła (48%), trudno powiedzieć (28%)
- **Główne bariery w rozwoju OM:** nierozpoznany potencjał/oferta eksportowy/a; brak marki OM; brak uznanych marek rozpoznawalnych za granicą; brak współpracy (w promocji eksportu, między podmiotami gosp.); peryferyjność OM, słaba dostępność transportowa; duża luka konkurencyjna do wiodących metropolii w Polsce
- **Szanse dla OM:** promocja produktów z OM oraz marki OM; wzrost spójności OM przez rozbudowę połączeń transp. między corem i obsz. uzupełniającym; rozbudowa portów morskich i infr. transportowej łączącej OM z resztą kraju





Zamiast podsumowania - **SILNE STRONY**

- Wyraźnie określony profil eksportowy, nawiązujący do tradycji przemysłowej regionu, bazującej na przemyśle stoczniowym i konstrukcji metalowych oraz specyfice położenia geograficznego. Profil ten ulega przeobrażeniom, czego przejawem jest eksport produktów technologicznie zaawansowanych
- Duża część eksportu generowana przez przedsiębiorstwa o kapitale krajowym, znaczna liczba małych i średnich eksporterów
- Znaczne możliwości wzrostu produkcji i eksportu, wynikające z istniejącej bazy przemysłowej
- Relatywna odporność OM na spadek koniunktury na rynkach światowych, widoczna w czasie trwania światowego kryzysu gospodarczego





Zamiast podsumowania - **SŁABE STRONY**

- Względnie wysoki eksport produktów o relatywnie niskiej wartości dodanej
- Brak rozpoznania potrzeb eksporterów i barier, jakie napotykają na rynkach zagranicznych (dotyczy to zwłaszcza mniejszych podmiotów)
- Mało produktów o rozpoznawalnej marce, jednoznacznie identyfikowanych z OM
- Brak instytucji koordynujących politykę proeksportową i promocyjną całego OM
- Brak współpracy między gminami OM, powoływanie różnych struktur wewnątrz jednego funkcjonalnego obszaru gospodarczego
- Ze względu na wysoki udział transportu morskiego w transporcie podmiotów OM oraz rolę OM, jako pośrednika, „wąskim gardłem” jest niska przepustowość transportu kolejowego





Zamiast podsumowania - **SZANSE**

- **Popyt zagraniczny na dobra produkowane w OM**
- **Znaczna liczba partnerów handlowych (relatywnie duże znaczenie partnerów handlowych spoza UE)**
- **Pozytywne postrzeganie regionu OM za granicą (wysoka potencjalna atrakcyjność inwestycyjna)**
- **Gotowość rynków zagranicznych do przyjęcia inwestorów z OM**
- **Popyt podmiotów z innych regionów na pośrednictwo w handlu międzynarodowym**





Zamiast podsumowania - **ZAGROŻENIA**

- **Silna konkurencja zewnętrzna (kraje i regiony o niższych kosztach produkcji) oraz innych obszarów metropolitalnych**
- **Atrakcyjniejsze warunki na rynkach innych OM i zagranicznych (przenoszenie siedzib firm poza region)**
- **Proces dezindustrializacji w Europie - wysoka konkurencja rynków azjatyckich, na które wielkie korporacje przenoszą produkcję**
- **Nieprzewidywalna sytuacja w handlu z Rosją**





Dziękujemy serdecznie za uwagę

Krystyna Gawlikowska-Hueckel

k.gawlikowska@instytut-rozwoju.org

Stanisław Umiński

s.umiński@instytut-rozwoju.org

Więcej na temat Projektu

www.metropoliagdansk.pl/strategia-rozwoju-metropolii-2030/

