



Zespół Realizacji Badań
„PRYZMAT”
Instytutu Socjologii
Uniwersytetu Mikołaja Kopernika

AUDYT EKSPORTOWY WOJEWÓDZTWA KUJAWSKO-POMORSKIEGO 2008

Autor:

Ziemowit SOCHA
Prezes Zarządu ZRB „Pryzmat” IS UMK

Nadzór merytoryczny:

dr Jarosław DOMALEWSKI
Członek Rady Programowej ZRB „Pryzmat” IS UMK

Toruń, wrzesień 2009

SPIS TREŚCI

I	WSTĘP: NOTA METODYCZNA	2
	1) Cele badania	2
	2) Metoda badań, procedura doboru badanej zbiorowości	3
	3) Wytyczne do zwiększenia zwrotu ankiet	6
II	EKSPORTERZY – KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA	7
	1) Lokalizacja badanych przedsiębiorstw	7
	2) Wielkość firm	9
	3) Struktura własności	10
	4) Klasyfikacja działalności	11
	5) Źródła finansowania	11
	6) Przynależność do organizacji przedsiębiorców	12
III	EKSPORT I PROGNOZY	14
	1) Eksport w latach 2006-2008	14
	2) Współpraca z podwykonawcami w regionie	17
IV	STRATEGIA ROZWOJU EKSPORTU PRZEDSIĘBIORSTW	20
	1) Metody marketingu	20
	2) Źródła informacji o rynkach zagranicznych	23
	3) Certyfikacja	24
	4) Bariery wzrostu eksportu	25
	5) Wsparcie eksportu	26
V	PODSUMOWANIE	28

I WSTĘP: NOTA METODYCZNA

W czerwcu 2009 roku Izba Przemysłowo-Handlowa w Toruniu (dalej IPH w Toruniu) powierzyła Zespołowi Realizacji Badań Instytutu Socjologii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika „Pryzmat” realizację badania „Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008”.

I.1. Cele badania

Na podstawie informacji otrzymanych przez ZRB „Pryzmat” z IPH w Toruniu można wskazać następujące cele badania:

- przedstawienie dynamiki zmian zachodzących w eksporcie województwa kujawsko-pomorskiego (audyt jest przeprowadzany regularnie od 2002 roku),
- dostarczenie „władzom regionalnym oraz instytucjom otoczenia biznesu zajmującym się wspieraniem eksportu, niezbędnych informacji z punktu widzenia planowania przyszłych działań”¹,
- upowszechnienie wyników badań w internetowej, prowadzonej przez Regionalne Centrum Eksportu przy IPH w Toruniu, internetowej witrynie www.eksport.kujpom.info. Jednym z elementów tej witryny jest stworzona i rozwijana przez IPH w Toruniu „Baza eksporterów”. Dodatkowo ze strony tej można pobrać raporty z eksportowych badań IPH w Toruniu.

¹ „Raport z badania za 2007 rok na podstawie Regionalnego Kwestionariusza Audytu Eksportowego Województwa Kujawsko-Pomorskiego”. Regionalne Centrum Eksportu przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Toruniu, Toruń, 26 listopada 2008 roku, s. 3.

I.2. Metoda badań, procedura doboru badanej zbiorowości

Badanie zostało przeprowadzone techniką ankiety pocztowej. Opracowany przez IPH w Toruniu kwestionariusz ankiety został rozesłany (zarówno przez IPH w Toruniu, jak i ZRB „Pryzmat”) pocztą, faksem lub pocztą elektroniczną do 1000² podmiotów gospodarczych województwa kujawsko-pomorskiego. Cały projekt został rozpoczęty w drugiej połowie czerwca, zakończony zaś w pierwszej połowie września 2009 roku.

Do zadań ZRB „Pryzmat” należało:

- koordynowanie zwrotu kwestionariuszy ankiety,
- utworzenie bazy danych i przeprowadzenie analiz statystycznych
- opracowanie raportu z badań

Badanie rozpoczęto w czerwcu a zakończono we wrześniu 2009 roku. IPH w Toruniu przekazało Pryzmatowi dwie bazy danych w pliku .doc. Pierwsza z nich liczyła 861 rekordów, druga 150. Łącznie daje to sumę 1011 rekordów w obu bazach. Po wstępnej weryfikacji danych zawartych w bazach ostateczna liczba firm została ustalona na poziomie niespełna 1000. Zawartość obu baz adresowych była wynikiem zestawiania przez IPH w Toruniu informacji z trzech źródeł: danych udostępnionych przez instytucje otoczenia biznesu z województwa kujawsko-pomorskiego”, bazy urzędów statystycznych województwa oraz bazy uzyskanej z Urzędu Celnego w Toruniu.

W trakcie realizacji badania konieczny okazał się monitoring telefoniczny zwrotu kwestionariuszy, który został przeprowadzony w lipcu i sierpniu br. przez ZRB „Pryzmat”. Efektem zrealizowanego monitoringu jest kategoryzacja

² Informacja otrzymana od p. Ilony Zduńskiej (IPH w Toruniu) w dniu 4 września 2009 r.

	Baza N=861		BAZA N=150		Ogółem N=1011	
	n	(%)	n	(%)	n	(%)
1. Brak eksportu	199	23,11	113	75,34	312	30,87
2. Błędy bazy	186	21,61	7	4,64	193	19,1
3. Powtórki w bazie	12	1,4	-	-	12	1,18
4. Nieodebranie telefonu	76	8,83	10	6,66	86	8,5
5. Brak zainteresowania	201	23,34	10	6,64	211	20,87
6. Odesłane	109	12,65	2	1,33	111	10,97
7. Nie dotarły	8	0,93	-	-	8	0,79
8. Deklaracja odesłania	70	8,13	8	5,33	78	7,72
Ogółem	861	100,00	150	100,00	1011	100,00

podmiotów gospodarczych, których dane znalazły się w obu przekazanych przez IPH w Toruniu bazach (tabela 1).

Tabela 1. Kategoryzacja baz adresowych

Źródło: badanie Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009

Najwięcej (w obu bazach łącznie: N=861 i N=150) było takich firm, które deklarowały brak eksportu (30,87%). Do kategorii tej przyporządkowano zarówno podmioty gospodarcze nie prowadzące jakiegokolwiek działalności eksportowej (w tym wymiany handlowej z krajami Unii Europejskiej), jak i subiektywnie oceniające eksport za „promil swej działalności³”. W przypadku bazy n=861 odsetek wyniósł 20,11 (czyli prawie tyle, co dominująca tu kategoria ‘braku zainteresowania’ – 20,34%). Całkowity wynik firm

³ Cytat z rozmowy telefonicznej, sierpień 2009

nieeksportujących został podniesiony o około 10 pp. ze względu na bardzo wysoki odsetek nie-eksporterów w bazie $n=150$, wynoszący 75,34%.

Drugą kategorię stanowią firmy nie wykazujące zainteresowania udziałem w badaniu (20,87% ogółu). Niemniej liczna kategoria to 'błędy bazy' (19,1% ogółu), czyli wszelkie „techniczne” problemy z adresem/numerem telefonu podmiotu gospodarczego znajdującego się w bazach przekazanych przez IPH w Toruniu. Były to m.in. nieaktualne numery telefonów, numery faksów lub braki numerów. Ponadto w 12 przypadkach odnotowano dwukrotne występowanie w bazach podmiotu gospodarczego.

Zwróconych zostało 111 kwestionariuszy, co daje 10,97% ogółu podmiotów gospodarczych, których dane znajdowały się w obu bazach ($N=1011$). W porównaniu z rokiem ubiegłym, gdy zwrot wyniósł 76 wypełnionych kwestionariuszy⁴ można zaobserwować wzrost liczby otrzymanych ankiet o 46%. Efektywność zwrotu należy jednak oceniać w odniesieniu do ogólnej liczby firm. Przy czym ze względów merytorycznych całkowitą liczbę podmiotów znajdujących się w obu bazach ($N=1011$) należy zmniejszyć o liczebność trzech pierwszych kategorii ('brak eksportu', 'błędy w bazie', 'powtórki w bazie'). W efekcie baza „potencjalnych”⁵ eksportów zawiera 494 pozycje. Policzenie odsetka otrzymanych ankiet od tej liczby da zwrot wielkości 22,5%, co w przypadku zastosowanej techniki, jaką była ankietka pocztowa jest wynikiem zadowalającym. Ponadto liczba 111 kwestionariuszy stanowi 31,44% „Bazy eksporterów” ujętych na internetowej witrynie www.eksport.kujpom.info. Należy jednak podkreślić, że ze względu na niekompletność baz danych, jak i sposób doboru firm do badania, otrzymanej próby w żadnym stopniu nie można traktować jako reprezentatywnej dla eksporterów w województwie kujawsko-pomorskim.

⁴ „Raport z badania za 2007 rok na podstawie Regionalnego Kwestionariusza Audytu Eksportowego Województwa Kujawsko-Pomorskiego”. REGIONALNE CENTRUM EKSPORTU przy Izbie Przemysłowo-Handlowej w Toruniu, Toruń, 26 listopada 2008 roku, s. 3

⁵ „Potencjalnych” ze względu na brak wiedzy o działalności eksportowej firm nie wykazujących zainteresowania udziałem w badaniu, jak i tych, z którymi nie udało się nawiązać kontaktu.

I.3. Wytyczne do zwiększenia zwrotu ankiet

Na podstawie przeprowadzonego monitoringu zwrotu ankiet można sformułować następujące wytyczne, których zastosowanie może w kolejnych pomiarach przeprowadzanych w przyszłości przyczynić się do zwiększenia liczby otrzymanych kwestionariuszy

- a. Aktualizacja baz danych.
- b. Rozpoczęcie badania nie wcześniej niż we wrześniu.
- c. Realizacja całości badania (dostarczenie ankiet firmom i ich odebranie bądź koordynowanie zwrotu) przez jeden podmiot – IPH w Toruniu lub firmę badawczą.
- d. Nawiązanie kontaktu z osobami, które wypełniły kwestionariusz w zeszłorocznym badaniu z informacją o kontynuacji.
- e. Poznanie preferencji respondentów w kwestii wyboru formy ankiety - czy kwestionariusz ma zostać przesłany pocztą, faksem, e-mailem czy umieszczony na stronie internetowej⁶?
- f. Pocztowe wysyłanie kwestionariuszy do konkretnych osób, nie zaś na ogólny adres firmy.
- g. Załączenie do kwestionariuszy wysyłanych pocztą koperty zwrotnej.
- h. Rozsyłanie podziękowań firmom, które wypełniły kwestionariusz.

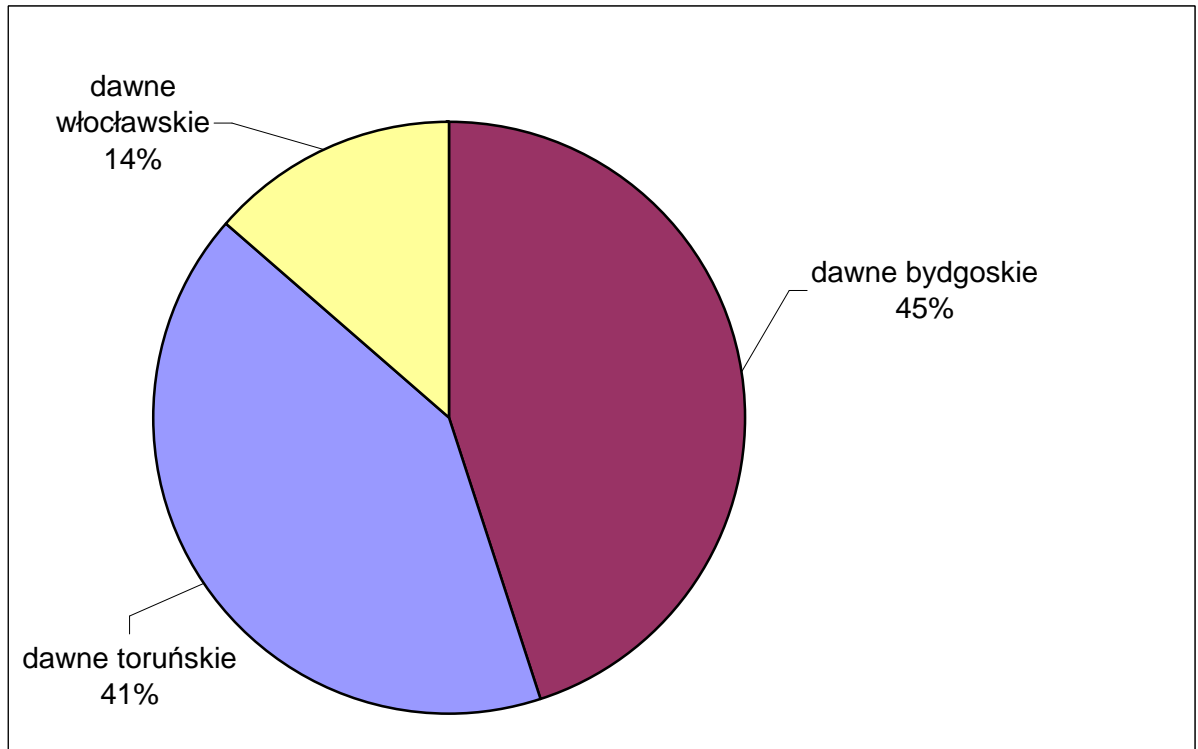
⁶ Przykładowa ankieta internetowa: <https://www.ucntn.umk.pl/ankiety/?sid=56737>

II EKSPORTERZY – KRÓTKA CHARAKTERYSTYKA

II.1. Lokalizacja badanych przedsiębiorstw

Na podstawie numerów telefonów do firm dokonano podziału lokalizacji na trzy dawne województwa, będące obecnie składowymi województwa kujawsko-pomorskiego. Firmom o telefonie z numerem kierunkowym 052 przypisano dawne województwo bydgoskie. Firmy o telefonie z numerem kierunkowym 054 przyporządkowano do dawnego województwa wrocławskiego. Numer kierunkowy 056 klasyfikował firmy jako przynależne do dawnego województwa toruńskiego.

Wykres 1. Lokalizacja firm według dawnych województw



Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Spośród ogółu objętych badaniem firm najczęściej było zlokalizowanych w dawnym województwie bydgoskim (45%), następnie toruńskim (41%) i włocławskim (14%). Wyniki te potwierdzają prawidłowości zaobserwowane w poprzednich etapach badania. Największy udział wśród eksporterów w województwie kujawsko-pomorskim mają firmy zlokalizowane w dawnym (największym) województwie bydgoskim⁷.

Tabela 2. Lokalizacja firm według miejscowości

Miasto	Częstość	Procent (%)
Bydgoszcz	27	24,8
Toruń	22	19,5
Włocławek	7	6,2
Brodnica,	5	4,4

⁷ Należy pamiętać, że ze względu na niereprezentatywność prób z lat 2007 i 2008 możliwości porównań i formułowania wniosków są bardzo ograniczone

Grudziądz	5	4,4
Wąbrzeźno	4	3,5
Chełmno	4	3,5
Białe Błota	3	2,7
Brzoza	2	1,8
Inowrocław	2	1,8
Łochowo	2	1,8
Rypin	2	1,8
Solec Kujawski	2	1,8
Tuchola	2	1,8
Aleksandrów Kujawski, Bartniczka, Brześć Kujawski, Golub Dobrzyń, Kolonie Nieszawa, Koronowo, Kowalewo Pomorskie, Łysomice, Nakło, Nowa Wieś Wielka, Nowe, Osielsko, Ostrowite, Płużnica, Poniatowa, Sępólno Krajeńskie, Skępe, Strzelno, Świecie, Waganiec, Złotniki Kujawskie, Złotoria	1	20,2

Źródło: badanie *Audyty eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Podobnie, jak w poprzednim pomiarze najczęściej firm eksportujących zlokalizowanych jest w dwóch największych miastach województwa – Bydgoszczy (24,8%) i Toruniu (19,5%). Włocławskie firmy stanowiły nieco ponad 6% ogółu objętych badaniem eksporterów. Pozostałe podmioty gospodarcze zlokalizowane były przede wszystkim w małych i średnich miastach (przeciętnie w ilości 2-3), a pojedyncze działały w miejscowościach wiejskich.

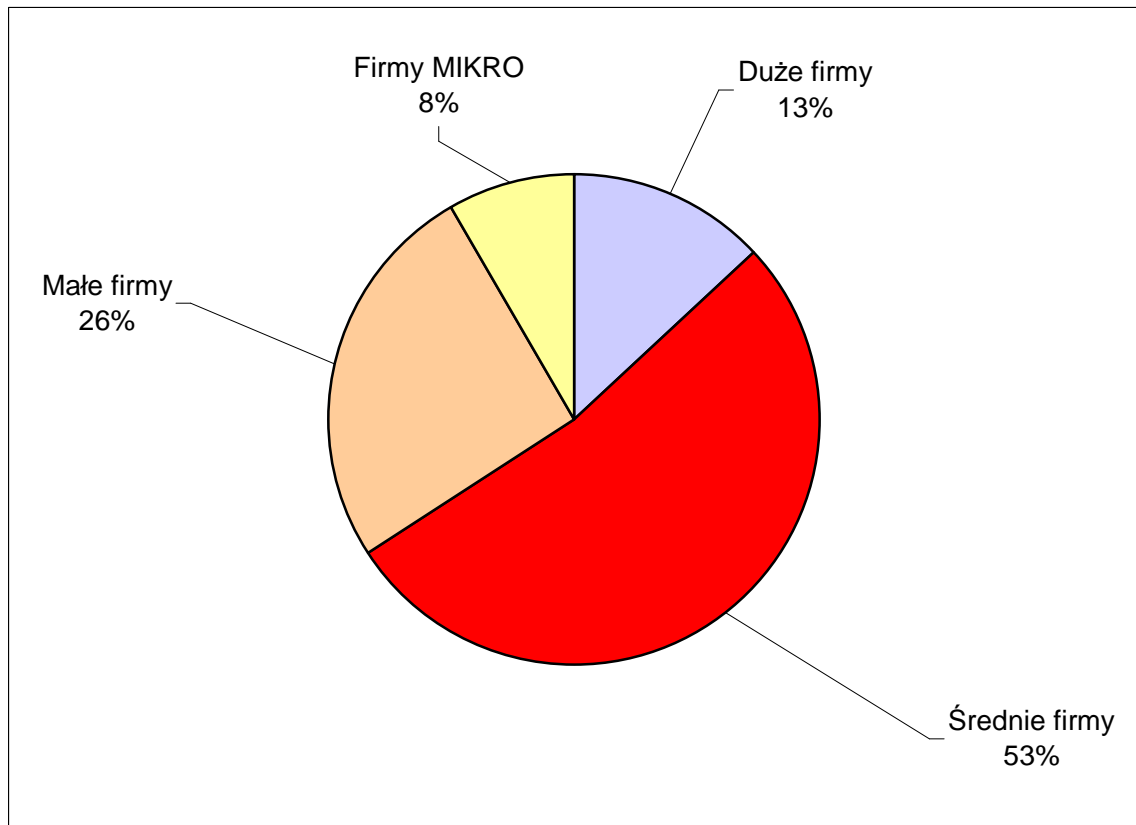
II.2. Wielkość firm

Wszystkie objęte badaniem przedsiębiorstwa zostały podzielone na trzy kategorie ze względu na liczbę zatrudnionych:

- ∅ duże (posiadające powyżej 250-ciu pracowników),
- ∅ średnie (mające od 50 do 249 pracowników),
- ∅ małe, mające poniżej 50 zatrudnionych.

Wśród małych firm można wydzielić dodatkowo firmy MIKRO, zatrudniające co najwyżej 9-ciu pracowników.

Wykres 2. Wielkość eksportujących firm (po wydzieleniu spośród małych firm i firm MIKRO)



Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Po odliczeniu firm, które nie udzieliły odpowiedzi na pytanie o wielkość zatrudnienia pozostało 108 firm wśród, których dominowały firmy średniej wielkości (pod względem liczby osób zatrudnionych) - 53%. Ponad jedną trzecią eksporterów województwa kujawsko-pomorskiego stanowiły małe firmy (34% ogółu, tj. 37 firm z czego 9 stanowiły firmy MIKRO – 8% ogółu).

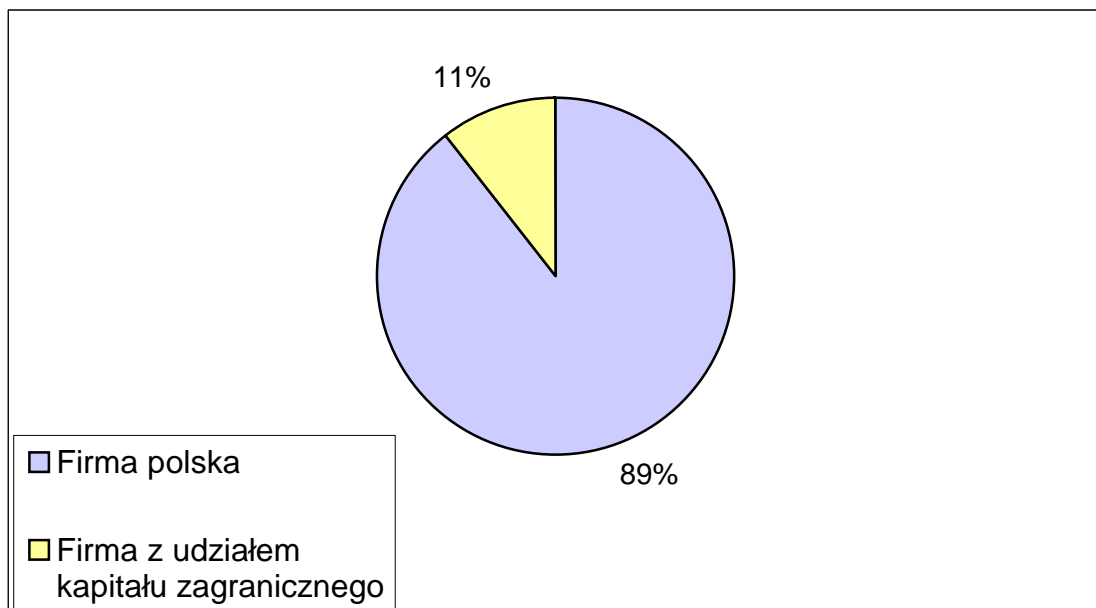
Spośród objętych badaniem dużych firm najwięcej zlokalizowanych jest w Toruniu (5 spośród 14). Natomiast firmy średnie najczęściej mają swoją siedzibę w Bydgoszczy (18 firm) i w Toruniu (9 firm). Znamienne, że

spośród 9 uczestniczących w badaniu firm MIKRO 7 zlokalizowanych jest w trzech największych miastach województwa kujawsko-pomorskiego.

II.3. Struktura własności

Na pytanie o formę własności firmy odpowiedziały 103 badane firmy, 8 nie udzieliło odpowiedzi. Zdecydowana większość regionalnych przedsiębiorstw jest w rękach kapitału polskiego – 89%. Zaledwie 11% firm reprezentuje kapitał zagraniczny. Spośród 11 firm z kapitałem zagranicznym 6 wskazało na 100% udział kapitału zagranicznego, zaś 3 deklarowały udział większościowy (powyżej 50%) tegoż kapitału. Struktura własności firm uczestniczących w badaniu z roku 2009 była porównywalna ze strukturą własności w roku 2007.

Wykres 3. Własność regionalnych przedsiębiorstw



Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Wśród firm deklarujących udział kapitału zagranicznego w 4 był to kapitał niemiecki, w 2 holenderskich. Po jednej z firm kapitał zagraniczny pochodził z USA, Chin, Szwecji. W przypadku jednej firmy był to „kapitał mieszany”. Żadna firma nie sklasyfikowała siebie jako oddział firmy zagranicznej.

Trudno wskazać na jakąkolwiek specyfikę firm z udziałem kapitału

zagranicznego. Są to zarówno duże (3), średnie (5), jak i małe (2) firmy, choć nie występują wśród nich firmy MIKRO⁸. Eksporterzy z udziałem kapitału zagranicznego działają w dużych i średnich miastach, jak również w miejscowościach wiejskich (2).

II.4. Klasyfikacja działalności

Działalność firm podzielono zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności (PKD) na 22 sekcje (od A do U)⁹. Najliczniej reprezentowaną sekcją była sekcja C, czyli PRZETWÓRSTWO PRZEMYSŁOWE. Reprezentuje ją 75 firm, czyli 67,6% wszystkich. Drugą najliczniej reprezentowaną sekcją była sekcja G – HANDEL HURTOWY I DETALICZNY; NAPRAWA POJAZDÓW SAMOCHODOWYCH, WŁĄCZAJĄC MOTOCYKLE. Należało do niej 8 firm, stanowiących 7,2% całości.

Sekcje, w myśl ministerialnych rozporządzeń dzielą się na działy. Działem o największej częstości był: PRODUKCJA MASZYN I URZĄDZEŃ, GDZIE INDEKS NIESKLASYFIKOWANA. Numery z tego działu wpisało 13 podmiotów gospodarczych (11,7%). Kolejnym w kolejności był dział: PRODUKCJA METALOWYCH WYROBÓW GOTOWYCH, Z WYŁĄCZENIEM MASZYN I URZĄDZEŃ, liczący 11 wskazań (9,9%). W miarę licznie reprezentowany był dział PRODUKCJA WYROBÓW Z GUMY I TWORZYW SZTUCZNYCH.

II.5. Źródła finansowania

Ponad połowa firm (50,5%) zadeklarowała korzystanie z kredytów inwestycyjnych. Trudno jednak wskazać w tym miejscu na jakąkolwiek specyfikę firm korzystających z kredytów. Nieco częściej z kredytów inwestycyjnych korzystają firmy duże i średnie w porównaniu z małymi i mikro, choć różnice te są nieznaczne.

Tabela 3. Wykorzystywanie przez firmę kredytów inwestycyjnych a wielkość firmy

Wielkość firmy	Czy firma korzysta z kredytów inwestycyjnych?			
	brak danych	tak	nie	Ogółem

⁸ W przypadku jednej z firm z udziałem kapitału zagranicznego brak informacji nt. liczby zatrudnionych

⁹ Według oficjalnego opisu klasyfikacji: http://www.stat.gov.pl/klasyfikacje/pkd_07/pdf/2_PKD-2007-schemat_2.pdf

Duża	0	8	6	14
Średnia	5	33	19	57
Mała	4	11	13	28
Firma MIKRO	0	4	5	9
Ogółem	9	56	43	108 ¹⁰

Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Z gwarancji instytucji ubezpieczeniowych w transakcjach eksportowych nie korzysta ponad połowa badanych firm (57%), natomiast niespełna jedna trzecia (31,1%) korzysta z takich usług. Tutaj także z wymienionych uprzednio względów trudno o prawidłowości.

Tabela 4. Korzystanie z gwarancji instytucji ubezpieczeniowych w transakcjach eksportowych a korzystanie z kredytów inwestycyjnych

Czy korzysta z kredytów inwestycyjnych?	Czy korzysta z gwarancji instytucji ubezpieczeniowych?			
	brak danych	tak	nie	Ogółem
brak danych	6	1	1	8
Tak	4	22	29	55
Nie	0	12	33	45
Ogółem	10	35	63	108

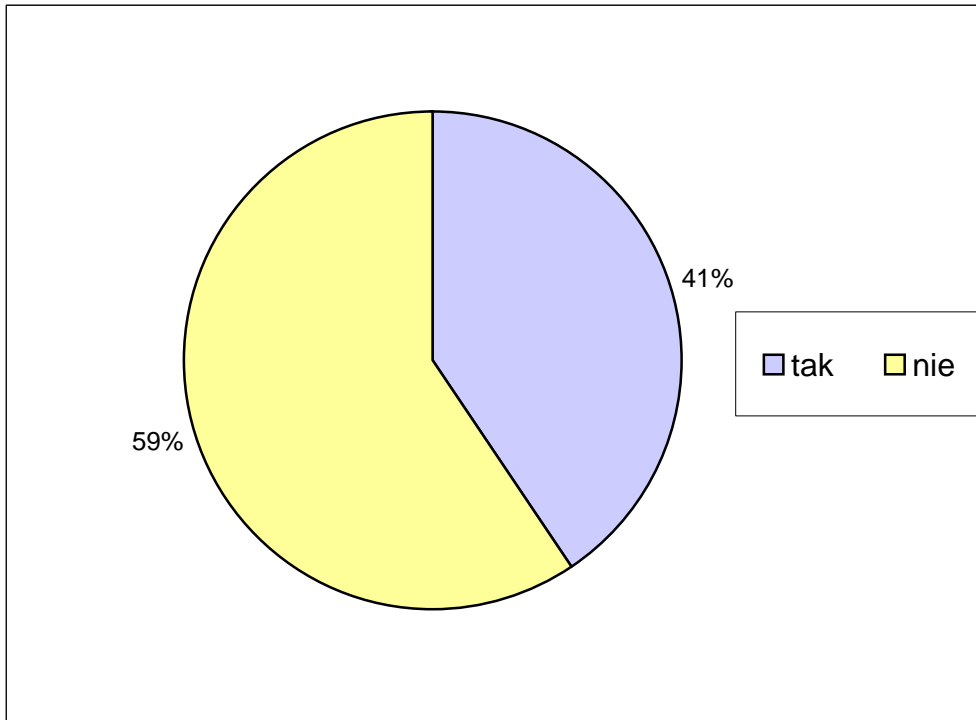
Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

II.6. Przynależność do organizacji przedsiębiorców

W zbiorowości 111 firm 45 wskazywało na swą przynależność do stowarzyszeń, izb, cechów czy innych organizacji zrzeszających przedsiębiorców. Stanowiło to 41%. Większość (59%) natomiast wskazywała na brak takiej przynależności.

¹⁰ Wynik po odjęciu 3 firm, które nie podały wielkości zatrudnienia.

Wykres 4. Czy firma przynależy do organizacji zrzeszających przedsiębiorców?



Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

III Eksport i prognozy

II.1. Eksport w latach 2006-09

Jak już wspomniano w badaniu uczestniczyło 111 eksporterów województwa kujawsko-pomorskiego. W analizie wartości obrotów i eksportu firm wyeliminowano wszystkie obserwacje (dane firm) w przypadku, których pojawiały się braki danych odnośnie wielkości obrotów i eksportu w latach 2006-08 i szacunkach na rok 2009. W efekcie poniższe analizy odnoszą się do 86 firm eksportujących, co stanowi 77,5% próby. Należy jednak pamiętać, że ze względu na niereprezentatywność badanej próby poniższych wyników nie można uogólniać na całą zbiorowość firm eksportujących działających na terenie województwa kujawsko-pomorskiego.

Tabela 5. Podstawowe charakterystyki wartości obrotów i eksportu firm w województwie kujawsko-pomorskim (w tys. złotych)

	N	Suma	Średnia	Odchylenie standardowe
Obroty firmy w roku 2008	86	7419035	86267,85	499253,418
Obroty firmy w roku 2007	86	3470296	40352,28	91230,154
Obroty firmy w roku 2006	86	4643767	53997,29	221712,893
Szacowane obroty firmy w roku 2009	86	3216554	37401,79	85424,593
Wartość eksportu w roku 2008	86	1192135	13862,03	37637,501
Wartość eksportu w roku 2007	86	1173576	13646,23	34549,892
Wartość eksportu w roku 2006	86	1424677	16566,01	60144,291
Szacowana wartość eksportu w roku 2009	81	1104995	13641,91	39640,996

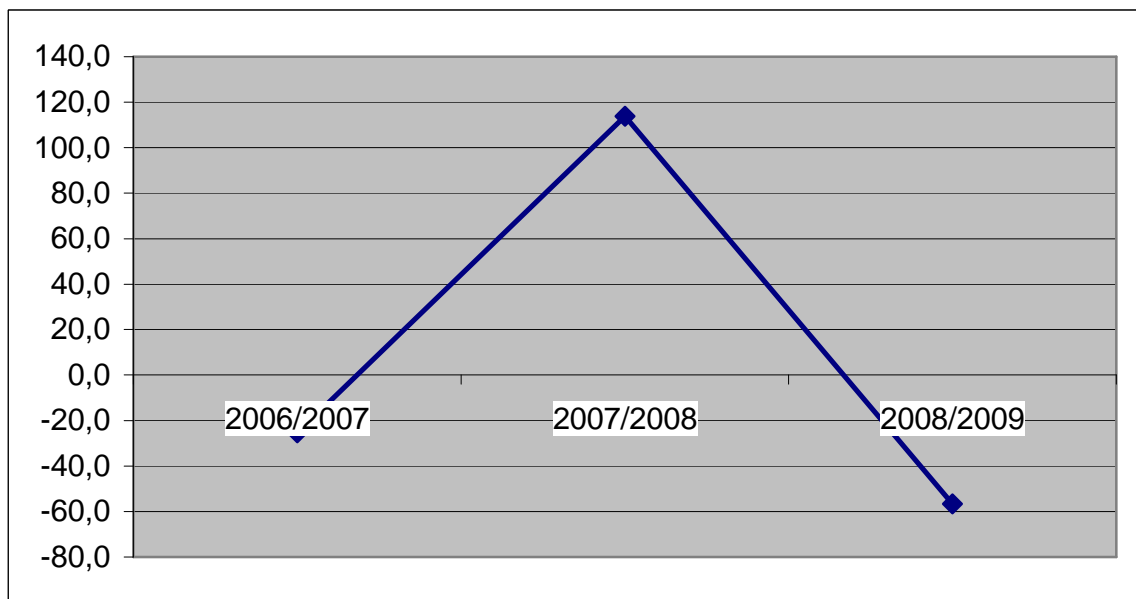
Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Łączna wartość obrotów kujawsko-pomorskich eksporterów uczestniczących w badaniu w roku 2007 była niższa w porównaniu z rokiem 2006 o 25%, jednak już w roku 2008 wzrosła w porównaniu z rokiem poprzednim o 114%. Zaobserwowaną tendencję można odnotować w średnich wartościach obrotów

kujawsko-pomorskich eksporterów. W 2006 roku wynosiły one 53997 tys. złotych, rok później 40352 tysiące, a w 2008 roku były już dwukrotnie wyższe niż w roku poprzednim i wynosiły 86267 tys. złotych. Jednak według szacunków eksporterów bieżący rok przyniesie gwałtowny spadek obrotów firm (średnio wynosząc będą 37401 tys. złotych). Dynamikę wielkości obrotów przedstawia wykres.

Dane zawarte w tabeli wskazują na pewną prawidłowość. Wzrostowi wartości obrotów firm eksportujących towarzyszy zwiększenie ich zróżnicowania. W najmniejszym stopniu obroty firm były zróżnicowane w 2007 roku i według szacunków respondentów będą w roku bieżącym. Największe zróżnicowanie obrotów firm można odnotować w roku 2008, kiedy ich wartość również była największa.

Wykres 5. Dynamika wartości obrotów eksporterów woj. kuj-pom. (rok poprzedni = 100)¹¹



Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

O ile suma i średnia wartość obrotów firm w latach 2006-2008 uległa wzrostowi, to jednak należy podkreślić, że zmiana ta jest zasługą jedynie co czwartego spośród uczestniczących w badaniu eksporterów. Na 86 firm aż 66 odnotowało

w latach 2006-2008 spadek obrotów, a tylko 20 wzrost. Tendencję tą potwierdzają mediany obrotów wynoszące w kolejnych latach 2006-2008 odpowiednio: 16736, 15823, 13309 tysięcy złotych.

Nieco odmienną dynamikę można odnotować w wartości eksportu. W roku 2007 całkowita wartość eksportu firm uczestniczących w badaniu była niższa w porównaniu z rokiem poprzednim o blisko 20%. W kolejnym roku wartość eksportu (w porównaniu z rokiem poprzednim) w zasadzie pozostała na niezmiennym poziomie. Jednocześnie udział eksportu w obrotach firm w latach 2006-2008 uległ zmniejszeniu.

Tabela 6. Udział eksportu w całości obrotów firm

Rok	Udział eksportu w całości obrotów firm (w %)
2006	30,7
2007	33,8
2008	16,1

Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

O ile w roku 2006 i 2007 eksport stanowił blisko 1/3 całości obrotów firm, o tyle w 2008 już tylko **16%¹²**.

¹¹ Szacunkowe dane dla roku 2009

Tabela 7. Najważniejsze rynki eksportowe w latach 2006-8

Państwo	Liczba wskazań
Niemcy	63
Litwa	26
Rosja	22
Ukraina	16
Francja	15
Szwecja	14
Holandia	12
Czechy	11
Słowacja	11
Wielka Brytania	11
Łotwa	10
Dania	9
USA	8
Rumunia	6
Białoruś	7
Włochy	7
Austria	6
Węgry	5
Belgia	4
Norwegia	4
Turcja	3
Kanada	3
Bułgaria	3
Estonia	3
Finlandia	3

Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

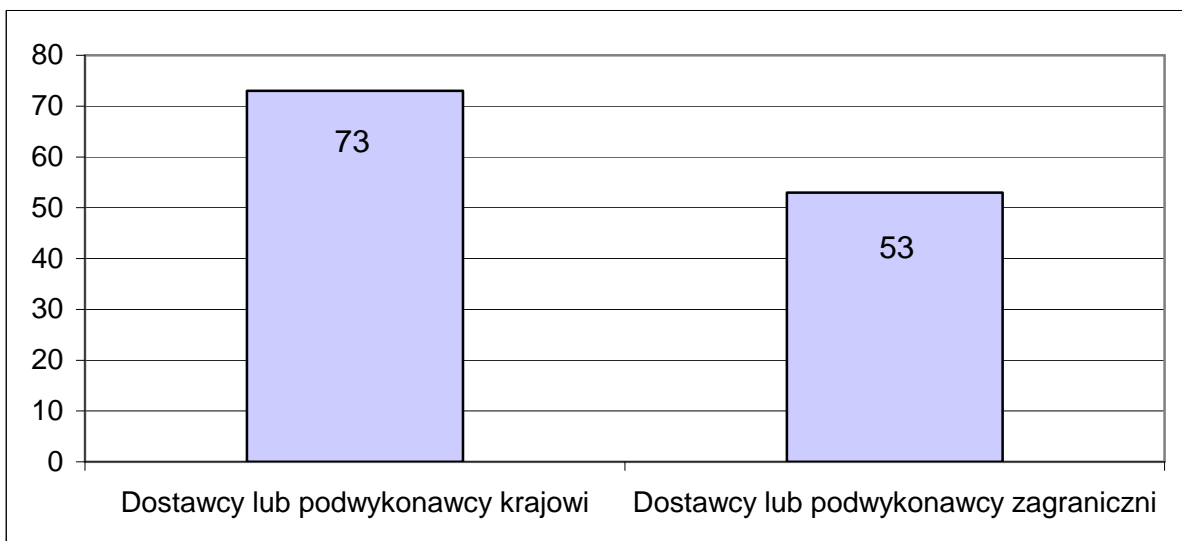
¹² Dane te znacząco różnią się od danych pochodzących z wcześniejszych badań przeprowadzonych przez IPH, co jest konsekwencją niereprezentatywności próby. Stąd wnioski i ustalenia formułowane na podstawie zgromadzonych danych należy formułować z dużą ostrożnością.

Liderem w odbiorze regionalnego eksportu, z liczbą wskazań 63, pozostają Niemcy. Po nich z mniejszą o dwie trzecie, bo liczącą 26 wskazań, częstością jest Litwa. Na trzeciej pozycji uplasowała się Rosja, mająca 22 wskazania. Tabela 5. nie ujmuje pojedynczych kontaktów poszczególnych przedsiębiorstw z takimi państwami jak: Liban, Serbia, Iran czy Indie.

II.2. Współpraca z podwykonawcami w regionie

Spośród objętych badaniem firm 65,8% deklaruowało współpracę z podwykonawcami lub dostawcami krajowymi, z czego ponad 4/5 stanowiły przedsiębiorstwa współpracujące z regionalnymi podmiotami – to jest 62 firmy. Współpracowników zagranicznych posiadają 53 firmy.

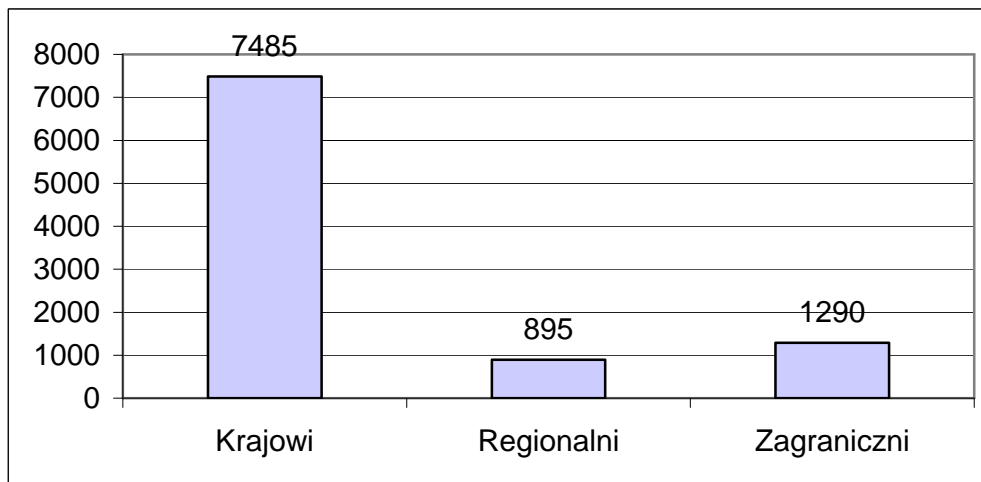
Wykres 6. Podwykonawcy lub dostawcy krajowi i zagraniczni



Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Mimo, że zdecydowana większość firm deklarujących współpracę z podwykonawcami i dostawcami krajowymi kooperuje z podmiotami z regionu, to jednak ilość podwykonawców regionalnych jest nieporównywalnie mniejsza niż krajowych (wykres 6).

Wykres 7. Ilość podwykonawców lub dostawców



Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Eksporterzy z województwa kujawsko-pomorskiego współpracują przede wszystkim z podwykonawcami krajowymi, którzy stanowią 77,4% ogółu firm kooperujących z badanymi podmiotami gospodarczymi. Podwykonawcy regionalni to zaledwie 9,3% ogółu podwykonawców i dostawców kujawsko-pomorskim eksporterów. Współpraca na poziomie krajowym przewyższa działania lokalne ośmiokrotnie. Natomiast współpraca z zagranicą w województwie kujawsko-pomorskim przewyższa o niecałe 50% podwykonawstwo/dostawy regionalne.

IV STRATEGIA ROZWOJU EKSPORTU PRZEDSIĘBIORSTW

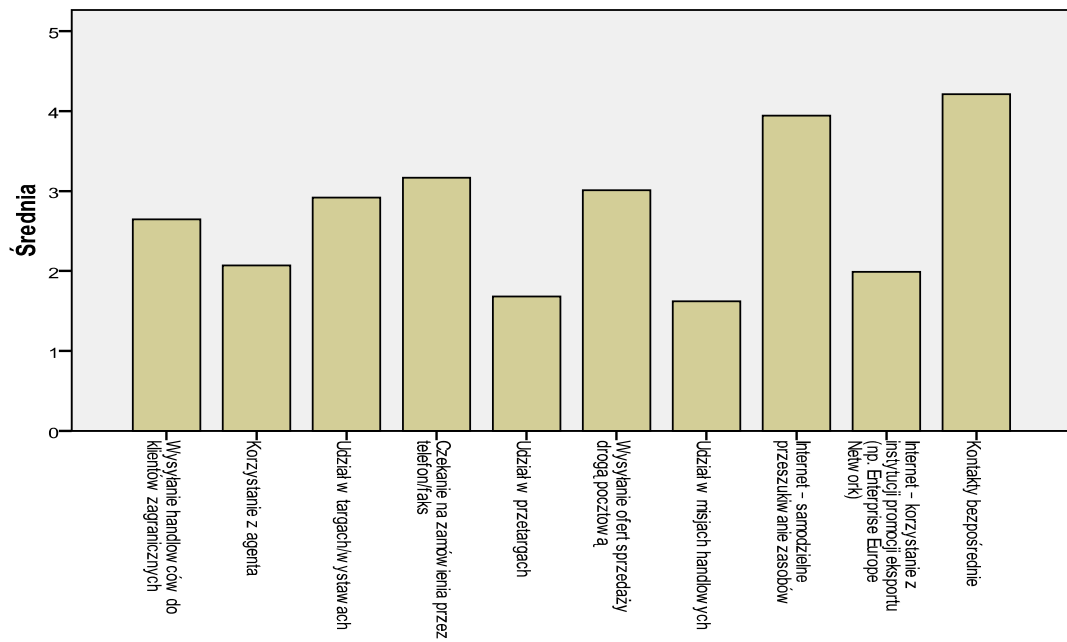
IV.1. Metody marketingu

Najczęściej stosowaną metodą w marketingu eksportowym są kontakty bezpośrednie z odbiorcami za granicą. Odpowiedź tę wskazały 54 przedsiębiorstwa, co stanowi niemal połowę próby. Także często oznaczaną odpowiedzią (43 wskazania) było samodzielne przeszukiwanie zasobów Internetu.

Najrzadziej stosowanymi metodami marketingu eksportowego pozostają: udział w przetargach. Tej formy marketingu eksportowego nie stosuje wcale 62 firmy. Kolejne najrzadziej stosowane metody to udział w misjach handlowych (55 wybory) oraz korzystanie z agentów (42 wybory).

Wykres 8. Średnie wartości wskaźnika stosowalności poszczególnych metod marketingowych¹³

¹³ Gdzie 1 oznacza 'nie stosuję wcale', 5 stosuję najczęściej



Źródło: badanie *Audyty eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Tabela 8. Stosowanie metod marketingowych (wytłuszczone najczęściej wybierane w danej kolumnie)

	Wysyłanie handlowców do klientów zagranicznych		Korzysta-nie z agenta		Udział w targach/ Wystawach		Czekanie na zamówienia przez telefon/faks		Udział w przetargach		Wysyłanie ofert sprzedaży droga pocztową		Udział w misjach handlowych		Internet – samodzielne przeszukiwanie zasobów		Internet – korzystanie z instytucji promocji eksportu		Kontakty bezpośrednie	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
brak danych	15	13,5	19	17,1	11	9,9	15	13,5	20	18,0	13	11,7	20	18,0	14	12,6	19	17,1	11	9,9
nie stosuje wcale	30	27,0	42	37,8	23	20,7	15	13,5	62	55,9	20	18,0	55	49,5	4	3,6	40	36,0	3	2,7
stosuje sporadycznie	16	14,4	19	17,1	11	9,9	17	15,3	11	9,9	18	16,2	20	18,0	8	7,2	23	20,7	6	5,4
czasami stosuje	23	20,7	17	15,3	27	24,3	22	19,8	8	7,2	22	19,8	9	8,1	18	16,2	16	14,4	15	13,5
stosuje często	11	9,9	9	8,1	20	18,0	21	18,9	4	3,6	16	14,4	3	2,7	24	21,6	7	6,3	22	19,8
stosuje najczęściej	16	14,4	5	4,5	19	17,1	21	18,9	6	5,4	22	19,8	4	3,6	43	38,7	6	5,4	54	48,6
Ogółem	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0

Dziewięćdziesiąt siedem (97) firm udzieliło odpowiedzi na pytanie o istnienie wyodrębnionego zespołu lub osoby wyznaczonej do marketingu eksportowego. Przy czym próba jest prawie połowicznie podzielona w tej kwestii. Czterdzieści dziewięć (49, czyli 44%) firm posiada taki zespół lub taką osobę, zaś czterdzieści osiem (48, czyli 43%) nie posiada takiej osoby/zespołu.

Zgodnie ze statystyką zmiennej wielkość firm, najwięcej firm średnich posiada jednostkę organizacyjną, zajmującą się marketingiem eksportowym. Jest to około 53% średnich firm, które posiadają taką jednostkę organizacyjną. Trzydzieści pięć procent (35%) dużych firm posiada także dział. Natomiast wśród małych firm odsetek ten wynosi 44. Wyniki (wskazujące, że więcej małych niż dużych firm ma „wyżej rozwiniętą” strukturę organizacyjną) są najprawdopodobniej konsekwencją wspomnianej na wstępie niereprezentatywności próby.

Warto zauważyć, że tylko w obrębie średnich firm występowanie specjalizacji odnośnie marketingu eksportowego dominuje nad niewystępowaniem (30 do 21 wskazań).

Tabela 9. Posiadanie wyodrębnionego zespołu lub osoby wyznaczonej do marketingu eksportowego a wielkość firmy

Wielkość firmy	Czy firma posiada wyodrębniony zespół/osobę wyznaczoną do marketingu eksportowego?			Ogółem
	brak danych	tak	nie	
Duże firmy	2	5	7	14
Średnie firmy	6	30	21	57
Małe firmy	5	9	14	28
Firmy MIKRO	0	4	5	9
Ogółem	13	48	47	108

Źródło: badanie *Audyty eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Dziewięćdziesiąt dziewięć (99) przedsiębiorstw odpowiedziało na pytanie o sprzedaż produktów pod własną marką. Ponad połowa (58,6%) firm sprzedaje

produkty pod własną marką, a blisko jedna trzecia (30,6%) firm nie sprzedaje produktów pod swoją marką.

Tabela 10. Sprzedaż produktów za granicą pod własną marką a wielkość firmy

Wielkość firmy	Czy Firma sprzedaje produkty za granicą pod własną marką?			Ogółem
	brak danych	tak	nie	
Duże firmy	1	7	6	14
Średnie firmy	5	39	13	57
Małe firmy	6	14	8	28
Firmy MIKRO	0	3	6	9
Ogółem	12	63	33	108

Źródło: badanie *Audyty eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Najwięcej średnich firm sprzedaje produkty pod własną marką – 57. Tylko firmy MIKRO częściej nie sprzedają w dominującym odsetku produktów pod własną marką.

IV.2. Źródła informacji o rynkach zagranicznych

Najczęściej wykorzystywane źródło informacji o rynkach zagranicznych przez firmy to kontakty osobiste (51 wskazań), korzystanie z internetowych baz (41 wyborów) oraz kontakty z klientami zagranicznymi (36 oznaczeń).

Niewykorzystywane wcale źródła informacji to: Samorządy terytorialne – 80 przedsiębiorstw, Centrum Informacji Rynkowej – 73 wybory, Ministerstwo Gospodarki z 67-cioma wskazaniem, Agencja Rozwoju Regionalnego – 60 odpowiedzi oraz po 57: placówki dyplomatyczne, i konsultanci zagraniczni.

Relatywnie często źródłem informacji o rynkach zagranicznych były publikacje. Ogółem 64-krotnie respondenci stwierdzili, iż korzystają z tego źródła najczęściej, często lub czasami. Jednocześnie rzadko wykorzystywanym źródłem informacji o rynkach zagranicznych są zasoby Izb Handlowych (87 wyborów, jeśli chodzi o niewykorzystywanie ich wcale, rzadko lub

sporadycznie).

IV.3. Certyfikacja

Certyfikację posiada najczęściej dużych firm – ponad trzy czwarte, czyli 78,6%. Następnie średnich (57,9%), małych (53,6%) i firm MIKRO (22,22%). Zatem im większa firma tym częściej posiada certyfikat.

Tabela 11. Certyfikacja a wielkość firmy

Wielkość firmy	Czy produkty Firmy posiadają certyfikaty jakości?					Ogółem
	brak danych	tak	% tak	nie	% nie	
Duże firmy	2	11	78,6	1	7,1	14
Średnie firmy	8	33	57,9	16	28	57
Małe firmy	2	15	53,6	11	39,3	28
Firmy MIKRO	2	2	22,22	5	55,55	9
ogółem	14	61	55,5	33	30,5	108

Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Odpowiedzi na otwarte pytanie o przyczyny braku certyfikacji zostały podzielone na 4 kategorie:

- Certyfikacja nie jest wymagana
- Certyfikacja jest zbyt droga
- Certyfikacja w trakcie wdrażania
- Inne powody

Tabela 12. Dlaczego produkty firmy nie posiadają certyfikatów?

	Częstość
Brak danych	4
Certyfikacja nie jest wymagana	13
Certyfikacja jest zbyt droga	8
Certyfikacja w trakcie wdrażania	3
Inne powody	5

SUMA	33
------	----

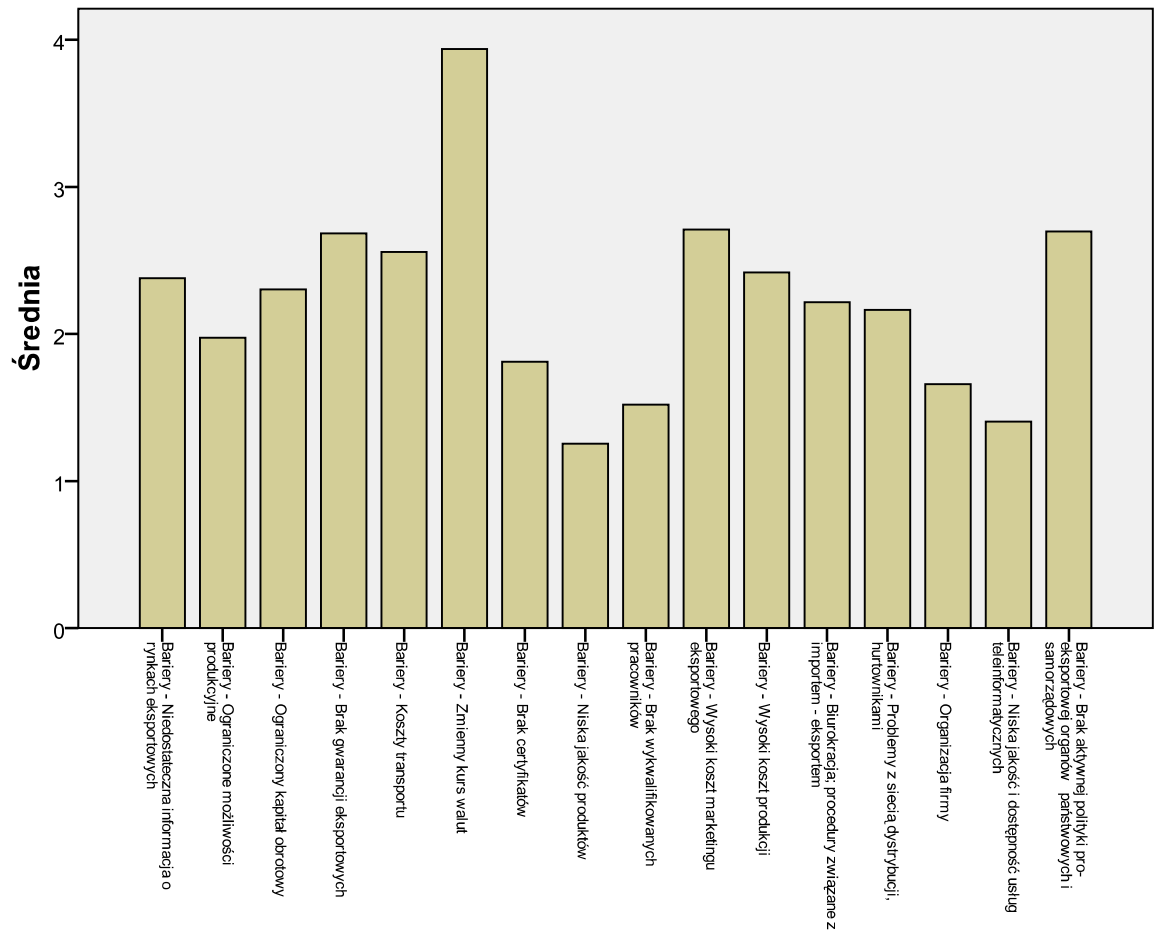
Źródło: badanie *Audyty eksportowe województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Najczęstszym uzasadnieniem braku certyfikatów był fakt, że nie są one wymagane. Argumentowało w ten sposób 13 przedsiębiorstw, czyli ponad dwie trzecie (39%) nieposiadających certyfikatu. Drugim istotnym powodem były kwestie finansowe – brak certyfikatu wiązał się z jego wysoką ceną. Tę odpowiedź podała prawie jedna czwarta firm nieposiadająca certyfikatu.

IV.4. Bariery wzrostu eksportu

Ankietowanym firmom przedstawiono siedemnaście potencjalnych barier rozwoju eksportu. Zadaniem respondentów była ocena każdej z nich na skali od 1 (najmniejsza bariera) do 5 (największa bariera). Eksporterzy województwa kujawsko-pomorskiego częściej oceniali znaczenie poszczególnych czynników jako ograniczających rozwój eksportu jako ‘małe’ (ogółem 884 oceny barier jako ‘najmniejsze’ i ‘małe’ wobec 259 ocen jako ‘duże’ i ‘największe’). Średnie wartości znaczenia poszczególnych barier w rozwoju eksportu przedstawia wykres 9.

Wykres 9. Średnie wartości oceny barier rozwoju eksportu



Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Największym problemem w rozwoju eksportu dla regionalnych przedsiębiorców jest zmienny kurs walut, który zgłaszało 35 firm. Kolejną barierą z 14 wyborami to brak aktywnej polityki pro-eksportowej organów państwowych i samorządowych. Trzecią barierą w kolejności wskazań jest natomiast brak gwarancji eksportowych. Odpowiedź tę wybrało 10 firm.

Najmniejszymi kłopotami dla lokalnych eksporterów jest:

- niska jakość produktów – 71 odpowiedzi
- niska jakość i dostępność usług teleinformatycznych – 65 odpowiedzi
- brak wykwalifikowanych pracowników – 58 odpowiedzi
- brak certyfikatów – 51 odpowiedzi

IV.5. Wsparcie eksportu

W zdecydowanie dominującym stopniu programy dofinansowania eksportu nie były wykorzystywane przez badanych. Padło 719 odpowiedzi negatywnych na 85 pozytywnych odpowiedzi w pytaniu o to, czy dana firma korzystała z danego programu dofinansowania. Najwięcej firm korzystało z targów i wystaw za granicą – 24 oraz z działalności szkoleniowej – 21. Najrzadziej wykorzystywano konsorcja eksportowe (1 firma), branżowe projekty promocyjne (3 firmy) i klastry (5 firm).

Tabela 13. Korzystanie z dofinansowania eksportu

	Odpowiedzi	
	N	Procent
Targi i wystawy za granicą	24	28,2%
Wyjazdowe misje gospodarcze	12	14,1%
Branżowe projekty promocyjne	3	3,5%
Przedsięwzięcia wydawnicze promujące eksport	16	18,8%
Konsorcja eksportowe	1	1,2%
Klastry	5	5,9%
Działalność szkoleniowa	21	24,7%
Środki na zagraniczne certyfikaty	3	3,5%
Ogółem	85	100,0%

Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

Tabela 14. Oczekiwania pomocy od Regionalnego Centrum Eksportu przy IPH w Toruniu

	Odpowiedzi		Procent obserwacji
	N	Procent	
Organizacja szkoleń	62	14,8%	61,4%
Dostarczanie informacji o bieżących wydarzeniach eksportowych	83	19,9%	82,2%
Organizacja wyjazdów zagranicznych	42	10,0%	41,6%
Dostarczanie zapytań ofertowych współpracy zagranicznej	95	22,7%	94,1%

Pomoc w przygotowywaniu wniosków o dofinansowanie eksportu	81	19,4%	80,2%
Świadczenie specjalistycznych usług doradczych	55	13,2%	54,5%
Ogółem	418	100,0%	413,9%¹⁴

Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

W kwestii oczekiwania pomocy od Regionalnego Centrum Eksportu przy IPH w Toruniu padło 418 odpowiedzi pozytywnych przy 166 negatywnych. Największe zainteresowanie budziło dostarczanie zapytań ofertowych współpracy zagranicznej – 95 firm, czyli 85,6 %. A także dostarczanie informacji o bieżących wydarzeniach eksportowych – 83, czyli 74,8%. Jedyna forma pomocy, która w większości nie była oczekiwana to organizacja wyjazdów zagranicznych.

Tabela 15. Oczekiwania pomocy od Regionalnego Centrum Eksportu przy IPH w Toruniu

Źródło: badanie *Audyt eksportowy województwa kujawsko-pomorskiego za rok 2008, 2009 r.*

V PODSUMOWANIE

Według deklarowanych odpowiedzi najczęściej przedsiębiorstw znajduje się w dawnym województwie bydgoskim (45%). Najwięcej z nich zlokalizowanych jest w Bydgoszczy (24,8%). Zdecydowana większość (89%)

	Organizacja szkoleń		Dostarczanie informacji o bieżących wydarzeniach eksportowych		Organizacja wyjazdów zagranicznych		Dostarczanie zapytań ofertowych współpracy zagranicznej		Pomoc w przygotowaniu wniosków o dofinansowanie eksportu		Świadczenie specjalistycznych usług doradczych	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Brak danych	22	19,8	11	9,9	21	18,9	9	8,1	13	11,7	19	17,1
Tak	62	55,9	83	74,8	42	37,8	95	85,6	81	73,0	55	49,5
Nie	27	24,3	17	15,3	48	43,2	7	6,3	17	15,3	37	33,3
Ogółem	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0	111	100,0

przedsiębiorstw to spółki z kapitałem polskim. Najliczniej reprezentowana jest sekcja przetwórstwa przemysłowego (ponad 2/3 wszystkich firm), jednak brak

¹⁴ Ze względu na to, że respondent mógł zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź wynik nie sumuje się do 100%.



już tak wyraźnie dominującego działu, gdyż najliczniej reprezentowany z nich PRODUKCJA MASZYN I URZĄDZEŃ, GDZIE INDZIEJ NIESKLASYFIKOWANA liczy trochę ponad 1/10 całości. Zdecydowanie dominują dostawcy/podwykonawcy krajowi nad zagranicznymi i regionalnymi. Importerami regionalnych produktów są najczęściej Niemcy, Litwa, Rosja, Ukraina i Francja. Najczęściej firmy sprzedają swe produkty, nawiązując bezpośrednie kontakty (54 firmy) lub przeszukując samodzielnie zasoby Internetu (43 firmy). Można wyciągnąć wniosek, iż obie czynności występują wspólnie. Najczęściej firmy biorą udział w przetargach. Większość firm (55%) posiada certyfikaty jakości prowadzonej działalności. Największą barierą w rozwoju regionalnego eksportu jest zmienny kurs walut, było tak w opinii 35-ciu przedsiębiorców, a także brak rządowych i samorządowych programów wsparcia dla 14-stu przedsiębiorców. Za najmniejsze bariery przedsiębiorcy uznają jakość własnych produktów (71 odpowiedzi), możliwości teleinformatyczne (65 odpowiedzi) oraz kwalifikacje swych pracowników (58 odpowiedzi). Ze strony IPH w Toruniu regionalni przedsiębiorcy spodziewają się dostarczania konkretnych ofert współpracy biznesowej (94% firm), dostarczania informacji o wydarzeniach eksportowych (82% firm) oraz pomocy w przygotowywaniu wniosków o dofinansowanie eksportu (80%).