



EGZEMPLARZ BEZPŁATNY

Wschodni Klaster Budowlany

Wiarygodność Rzetelność Innowacyjność



**BRANŻA BUDOWLANA POLSKI WSCHODNIEJ
– w kierunku umiędzynarodowienia działalności**



**ROZWÓJ
POLSKI WSCHODNIEJ**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



FUNDUSZE EUROPEJSKIE – DLA ROZWOJU POLSKI WSCHODNIEJ

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013

Spis zawartości

Znaczenie branży budowlanej w strukturze gospodarki europejskiej	3
Sektor podlaskiego budownictwa a rozwój inteligentnych specjalizacji	6
Rynki potencjalnej ekspansji budowlanej w perspektywie średnioterminowej – analiza trendów demograficznych	8
Promocja eksportu na wybranych rynkach - Program Promocji Ministerstwa Gospodarki	10
Podlaski szlagier eksportowy: systemy drewnianej konstrukcji szkieletowej bielskich gigantów (Danwood S.A. oraz Unihouse Oddział UNIBEP S.A.)	12
Wewnątrzspółnotowa dostawa towarów – charakterystyka wybranych rynków Unii Europejskiej (Niemcy, Wielka Brytania, Czechy, Rosja, Holandia)	16
Wsparcie eksporterów Polski Wschodniej – sieć Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów	24
Aktualności klastrowe	26

E-wydanie publikacji
Wschodniego Klastra
Budowlanego

Marzec 2015
Redakcja:
dr Marcin Siedlecki



Biurowo Wschodniego Klastra
Budowlanego

Rynek Kościuszki 2
15-091 Białystok
www.budowlantklaster.pl
biuro@budowlanyklaster.pl

Znaczenie branży budowlanej w strukturze gospodarki europejskiej

Kondycja branży budowlanej w większości państw na świecie jest silnie skorelowana z sytuacją makroekonomiczną danego rynku. Generalnie w okresach prosperity (dużej ogólnej aktywności ekonomicznej, wysokiego zatrudnienia, wysokiego poziomu dochodów i inwestycji) ma miejsce boom w sektorze budowlanym, natomiast w czasie depresji gospodarczej (niski popyt na towary, spadek cen, zmniejszona aktywność gospodarcza) branża nadzwyczaj mocno odczuwa skutki ogólnego spowolnienia gospodarczego. Budownictwo jest działem szczególnie wrażliwym na zmiany na rynku finansowym (kredytowym) – wzrost kosztu kredytu oraz wprowadzanie utrudnień w dostępie do kapitału hamują rozwój sektora, z jednej strony finansującego gros nowych inwestycji ze środków zewnętrznych, z drugiej uzależnionego od warunków dostępu i kosztów kredytu dotyczących potencjalnych nabywców oferty przedsiębiorstw budowlanych. Dekoniunktura na rynku krajowym postępuje więc z dekoniekturą w budownictwie, ożywienie i wzrost optymistycznych nastrojów na rynku skutkują ożywieniem w branży budowlanej. Budownictwo jest swego rodzaju papierkiem lakmusowym całej gospodarki.

Branżę budowlaną tworzą przedsiębiorstw bezpośrednio związane z budownictwem:

- drogowym,
- kolejowym,
- mieszkaniowym,
- biurowym,
- handlowo-usługowym,
- użyteczności publicznej,
- przemysłowym,
- energetycznym,
- magazynowym,
- obiektów rekreacyjnych i sportowych,
- ochrony środowiska.

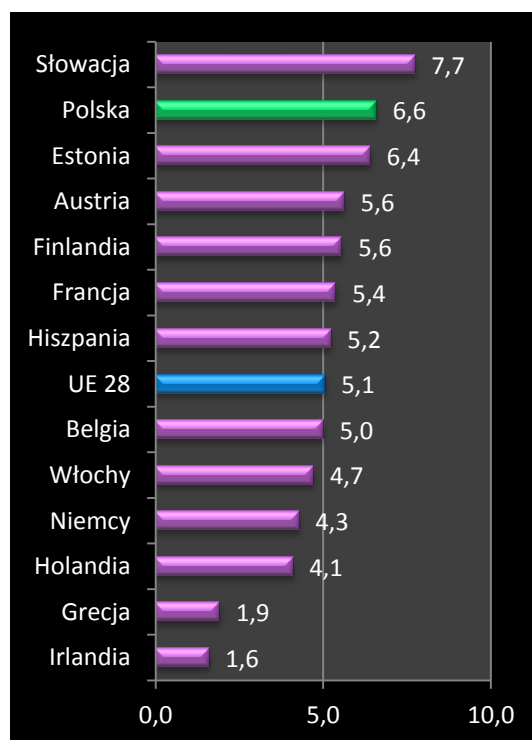


Polska Klasyfikacja Obiektów Budowlanych, opracowana na podstawie europejskiej Klasyfikacji Obiektów Budowlanych (Central Product Classification) oraz zaleceniami Narodów Zjednoczonych, definiuje wykaz obiektów budowlanych - rozumianych jako produkty finalne działalności budowlanej. Ten usystematyzowany zbiór tworzą obiekty budowlane zgrupowane - od poziomu makro do poziomu mikro - w 2 sekcjach, 6 działach, 20 grupach i 46 klasach.¹ Nomenklaturę działań obiektów budowlanych tworzą:

- 1) budynki mieszkalne,
- 2) budynki niemieszkalne,
- 3) infrastruktura transportu,
- 4) rurociągi, linie telekomunikacyjne i elektroenergetyczne,
- 5) kompleksowe budowle na terenach przemysłowych,
- 6) pozostałe obiekty inżynierii lądowej i wodnej.

Sektor budowlany w wybranych krajach Unii Europejskiej

Kraj	Produkt narodowy brutto w 2013 roku (mld euro)	Budownictwo w 2013 roku (mld euro)	Udział budownictwa w PKB w 2013 roku (w %)
Irlandia	174,8	2,8	1,6
Grecja	182,4	3,5	1,9
Holandia	642,8	26,4	4,1
Niemcy	2903,2	124,3	4,3
Włochy	1618,9	76,4	4,7
Belgia	395,3	19,8	5,0
UE 28	13068,6	660,9	5,1
Hiszpania	1049,2	55	5,2
Francja	2113,7	113,9	5,4
Finlandia	201,3	11,2	5,6
Austria	322,6	18,2	5,6
Estonia	18,7	1,2	6,4
Polska	404,4	26,6	6,6
Słowacja	73,6	5,7	7,7



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych OECD (Stat.Extracts)

¹ Polska Klasyfikacja Obiektów Budowlanych (PKOB) wprowadzona rozporządzeniem Rady Ministrów z dnia 30 grudnia 1999 r. (DZ.U. Nr 112, poz. 1316) wraz ze zmianami z 2002 r. (Dz. U. Nr 18, poz. 170)

Sektor budowlany jest istotnym sektorem gospodarek narodowych, generuje wydatną część produktów krajowych brutto, gwarantuje zatrudnienie znaczącej części zasobów ludzkich, współtworzy wzrost gospodarczy. W sektorze budowlanym krajów Unii Europejskiej zatrudnionych jest 7% ogółu pracujących (44 mln osób). Uznając wskaźnik mnożnikowy zatrudnienia przyjmuje się, iż każde nowe stanowisko pracy w budownictwie generuje dwa nowe etaty w otoczeniu tego sektora. Segment „construction” na Starym Kontynencie liczący 3 mln przedsiębiorstw, bazuje na firmach MSP (99,8% przedsiębiorstw budowlanych liczy mniej niż 50 osób; 95% wszystkich mniej niż 20 pracowników)², co potencjalnie zwiększa jego zdolność do szybkiego reagowania na potrzeby rynku.

Udział segmentu budowlanego w tworzeniu PKB w różnych krajach europejskich jest dość wyraźnie zróżnicowany. Sam wskaźnik udziału budownictwa w tworzeniu PKB danego kraju świadczy o sile tego sektora wobec pozostałych branż w danym państwie. Hiszpania jest liderem w tym zestawieniu, w 47-mln kraju iberyjskim



niemal co dziesiąta część PKB generowana jest w budownictwie. Siła sektora budowlanego w Polsce na tle innych rodzimych sektorów (6,6% udziału w PKB) jest wyraźnie ponadprzeciętna na tle państw europejskich. Z krajów środkowoeuropejskich pozytywnie wyróżnia się również Słowacja (7,7%), opozycyjnie niewielkie znaczenie w wytwarzaniu dochodu krajowego ma segment budowlany na Węgrzech (3,4%). W przypadku najzamożniejszych rynków Europy centralnej (Niemcy, Holandia) udział budownictwa w tworzeniu produktu narodowego brutto jest relatywnie niewielki (ok. 4%).

² Dane przytoczone za: „European Construction Industry Federation”, organizacją zrzeszającą federacje narodowe 30 państw (28 UE + Turcja), www.fiec.eu

Sektor podlaskiego budownictwa a rozwój inteligentnych specjalizacji

Ideą inteligentnych specjalizacji jest wykorzystanie endogenicznych czynników przewag konkurencyjnych regionu. Potencjał branży budowlanej województwa podlaskiego, w przekonaniu środowiska Wschodniego Klastra Budowlanego, powinien przełożyć się na uplasowanie **sektora budownictwa i sektorów powiązanych łańcuchem wartości** (m.in. produkcja wyrobów stolarskich i ciesielskich dla budownictwa obejmująca wytwarzanie budynków prefabrykowanych; produkcja wyrobów z pozostałych surowców niemetalicznych zawierająca wytwarzanie mineralnych materiałów budowlanych; produkcja metalowych elementów stolarki budowlanej) **jako wyodrębnionego rdzenia specjalizacji** „Innowacje w obszarach, w których już dziś województwo posiada ponadprzeciętny potencjał”. W aktualnym kształcie „Programu rozwoju inteligentnych specjalizacji i przedsiębiorczości w województwie podlaskim na lata 2015–2020+” budownictwo z przymiotnikami „ekologiczne, energooszczędne” jest uplasowane w sektorze 1.3 Ekologia, nauki o środowisku i sektory powiązane łańcuchem wartości. Zaprezentowane poniżej dane statystyczne ukazują znaczenie i siłę podlaskiej branży budowlanej, koncentrującej gros regionalnego zatrudnienia, aktywnej na rynku krajowym (województwo mazowieckie, województwo warmińsko-mazurskie) oraz na rynku europejskim (Niemcy, Norwegia, Białoruś, Rosja, Austria), owocnie współpracującej z regionalnymi ośrodkami naukowymi (Wydział Budownictwa i Inżynierii Środowiska Politechniki Białostockiej).

1A. Zatrudnienie – co dziesiąty Podlasianin pracujący w sektorze prywatnym jest zatrudniony w sektorze budowlanym

Spośród 230 tys. zatrudnionych w województwie podlaskim w sektorze prywatnym i publicznym 15 tys. (6,5%) jest zatrudnionych w budownictwie (sekcja F PKD). Spośród 23 sekcji PKD budownictwo zajmuje szóstą lokatę w województwie podlaskim w zestawieniu wolumenu zatrudnionych. Wyłączając sektor publicznego zatrudnienia branża budowlana plasuje się na podium w podlaskim rankingu sekcji PKD o największej liczbie osób zatrudnionych. W sektorze prywatnym regionu ze stolicą w Białymstoku wyższy poziom zatrudnienia obejmuje jedynie przetwórstwo przemysłowe (sekcja C) - 48,8 tys. oraz handel hurtowy i detaliczny (sekcja G) - 48,2 tys. Tym samym **15,0 tys. pracujących w sekcji F (budownictwo) stanowi 10,3% wszystkich pracujących w sektorze prywatnym w województwie podlaskim.**

Źródło: Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku

2. Wynagrodzenia – podlaska branża budowlana płaci więcej

Na koniec 2013 roku przeciętne miesięczne wynagrodzenia brutto w gospodarce narodowej wynosiło 3659 zł, zaś w województwie podlaskim 3259 zł (stanowiło 89% średniej krajowej). Przedsiębiorstwa podlaskie prowadzące działalność gospodarczą w sekcji F (budownictwo) charakteryzowały się nadwyraz pozytywną polityką płacową. W regionie podlaskim przeciętna płaca w firmach budowlanych wynosiła 3065 zł, podczas gdy w tej samej branży w kraju 2993 zł (tym samym **podlaskie wynagrodzenia w branży budowlanej stanowią 102,4% wynagrodzenia krajowego w sekcji F PKD).**

Źródło: Główny Urząd Statystyczny

3. Chłonność rynku pracy w sektorze budownictwa

Osoby dysponujące zawodem bezpośrednio związanym z branżą budowlaną odznaczają się dobrą sytuacją na lokalnym rynku pracy. Jedynie 3% absolwentów z tytułem inżyniera budownictwa (18 spośród 556) na koniec 2013 roku zarejestrowało się jako bezrobotni w urzędzie pracy. Z niemal trzystu absolwentów techników budownictwa jedynie co dziesiąty zarejestrował się w urzędzie pośrednictwa pracy. W 2013 roku w grupie nowo utworzonych miejsc pracy na rynku podlaskim szczególnie pozytywnie wyróżniają się **firmy z sektora budowlanego: utworzyły one ponad 1,5 tys. nowych miejsc pracy, niemal tyle samo co w największym sektorze C (1,6 tys.).**

Źródło: Ranking zawodów deficytowych i nadwyżkowych w województwie podlaskim w 2013 roku, Białystok, sierpień 2014

4. Eksport

Budynki prefabrykowane są jedną z wizytówek podlaskiego eksportu. W zestawieniu eksportowych grup towarowych w 2013 roku kategoria ta uplasowała się na wysokiej 12 pozycji, zaś co szczególnie istotne (w ujęciu perspektywicznym) rynki docelowe tej grupy towarowej są szczególnie stabilne (rynek norweski, rynek niemiecki).



Systemy drewnianej konstrukcji szkieletowej bielskich gigantów (Danwood S.A. oraz Unihouse Oddział UNIBEP S.A.) są szlagierem eksportowym podlaskiego budownictwa. Krajowym zagłębiem domów wznoszonych w technologii szkieletu drewnianego jest Bielsk Podlaski, miasto, w którym swą siedzibą mają dwaj potentaci budownictwa: Danwood S.A. oraz Unihouse Oddział UNIBEP S.A.

Danwood S.A. z Bielska Podlaskiego już od 17 lat zajmuje się budową domów prefabrykowanych w systemie drewnianej konstrukcji szkieletowej dla klientów indywidualnych. W tym czasie firma zyskała ponad **4,5 tys. klientów, a jej realizacje można spotkać w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Francji, Włoszech, Wielkiej Brytanii, Irlandii, Danii, Szwecji oraz Polsce.** UNIHOUSE, oddział produkcyjny giełdowej spółki UNIBEP S.A., stosuje do wytwarzania domów oraz innych obiektów najnowszą w Polsce technologię domów modułowych i panelowych w szkielecie drewnianym. Technologia ta jest stosowana powszechnie w budownictwie mieszkaniowym w Skandynawii. UNIHOUSE jest największym w Polsce producentem domów modułowych. Większość produkcji trafia na rynek norweski. **Oddział zatrudnia 250 osób w siedzibie w Bielsku Podlaskim oraz na budowach w Norwegii.**

Źródło: Dane Izby Celnej w Warszawie oraz dane UNIHOUSE Oddział UNIBEP i DANWOOD S.A.

Rynki potencjalnej ekspansji budowlanej w perspektywie średnioterminowej – analiza trendów demograficznych

Obserwacja trendów demograficznych zachodzących w perspektywie kilku - kilkunastu lat umożliwia wskazanie rynków potencjalnie atrakcyjnych dla sektora budowlanego. Kolejne roczniki wchodzące na rynek pracy dążą do usamodzielnienia mieszkaniowego, tworzą kategorię potencjalnych nabywców nieruchomości mieszkalnych. W przypadku społeczeństw cechujących się niskim (ujemnym) przyrostem naturalnym nieliczne, młode pokolenie wchodzi często w posiadanie dostępnych zasobów mieszkaniowych. W przypadku państw boomu demograficznego istnieje silna presja (potrzeba) zapewnienia mieszkaniowej infrastruktury dla liczebnie znaczących młodych generacji. W poniższym zestawieniu zaprezentowano listę krajów, których zasoby demograficzne w wieku 10-24 lata (osoby które w najbliższej dekadzie aspirować będą do usamodzielnienia mieszkaniowego) są największe na świecie. W przypadku społeczeństw, w których udział tej generacji w całej populacji jest wysoki (30% lub więcej – kolor zielony) perspektywy rozwoju rynku mieszkaniowego są szczególnie znaczące.

Tabela: Zasoby demograficzne - państwa o największych zasobach ludzkich w przedziale 10-24 lata.

lp	Kraj	Ludność w wieku od 10 do 24 lat (w mln)	Odsetek populacji w wieku od 10 do 24 lat	lp	Kraj	Ludność w wieku od 10 do 24 lat (w mln)	Odsetek populacji w wieku od 10 do 24 lat
1	Indie	357,3	29,0	24	Kenia	13,3	32,6
2	Chiny	320,6	23,6	25	Niemcy	13,2	15,3
3	Indonezja	64,3	26,6	26	Kolumbia	12,9	27,5
4	USA	63,1	19,6	27	W. Brytania	11,7	18,1
5	Pakistan	57,7	33,1	28	Francja	11,5	17,3
6	Brazylia	50,8	25,7	29	Uganda	11,1	33,1
7	Nigeria	49,9	31,4	30	Afganistan	10,6	33,7
8	Bangladesz	46,2	30,8	31	Algieria	10,3	28,8
9	Meksyk	31,5	27,4	32	Irak	10,1	31,9
10	Filipiny	29,1	31,0	33	Argentyna	10,1	24,4
11	Etiopia	28,5	34,2	34	Nepal	9,8	32,7
12	Rosja	27,0	18,3	35	Korea Płd	9,7	19,7
13	Wietnam	24,8	27,8	36	Maroko	9,3	28,8
14	Egipt	24,1	29,5	37	Uzbekistan	8,9	32,3
15	Dem.Rep.Kongo	21,9	33,1	38	Włochy	8,8	13,8
16	Iran	21,7	29,1	39	Ukraina	8,5	18,0
17	Turcja	19,4	26,5	40	Peru	8,5	28,8
18	Japonia	18,4	13,7	41	Jemen	8,4	34,9
19	Tajlandia	15,5	22,1	42	Wenezuela	8,2	27,9
20	RPA	15,0	29,8	43	Malezja	7,9	27,8
21	Tanzania	14,3	31,9	44	Ghana	7,6	31,1
22	Sudan	13,8	31,6	45	Mozambik	7,5	32,0
23	Myanmar	13,3	27,5	46	Polska	7,5	18,9

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych ONZ: United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2011), *World Population Prospects: The 2010 Revision*, CD-ROM Edition.

Informacje o trendach demograficznych są bazą do podjęcia szczegółowych analiz poszczególnych rynków. Decyzje o kierunkach potencjalnej ekspansji muszą być powiązane z innymi kluczowymi czynnikami atrakcyjności danego kraju dla branży budowlanej (wskaźniki ekonomiczne, stabilność polityczna, specyfika budownictwa). Z danych przedstawionych w tabeli wśród państw pretendujących do gospodarczych skoków cywilizacyjnych warto zainteresować się Turcją (niemal 20 mln osób wchodzących w najbliższej dekadzie na rynek deweloperski), Egiptem (26 gospodarka świata – GDP PPP: 520 mld USD) czy Uzbekistanem (wzrost gospodarczy w ostatnich latach w przedziale 7,0-8,3%).



Promocja eksportu na wybranych rynkach - Program Promocji Ministerstwa Gospodarki



**MINISTERSTWO
GOSPODARKI**

W ostatnich tygodniach 2014 roku ministerstwo kierowane przez Janusza Piechocińskiego podpisało umowę na realizację programu promocji „Aktywizacja eksportu na wybranych rynkach” (wykonawcą działania została spółka *Agencja M Promotion*). Celem programu jest umożliwienie polskim przedsiębiorcom nawiązania kontaktów z potencjalnymi zagranicznymi kontrahentami z wybranych krajów, istotnych z punktu widzenia możliwości rozwoju polskiego eksportu oraz znalezienia nowych rynków zbytu. Program promocji będzie realizowany do końca maja 2015 roku – w jego ramach wspieranych będzie dziewięć polskich branż najbardziej dotkniętych spadkiem eksportu (najsilniej w programie będzie promowana branża polskich specjalności żywnościowych, wspierana we wszystkich krajach objętych działaniem „Aktywizacja eksportu na wybranych rynkach”).

Do wybranych rynków należy siedem rynków azjatyckich oraz cztery państwa bałkańskie. W wytypowanych 11 krajach zostaną przeprowadzone trzy typy działań: 1) misje przyjazdowe do Polski dla potencjalnych kontrahentów oraz zagranicznych dziennikarzy; 2) kampanie promocyjne „Made in Poland” w postaci artykułów sponsorowanych w zagranicznych, ogólnokrajowych magazynach branżowych; 3) konferencje promocyjne w wytypowanych państwach prezentujące wspierane branże (połączone z pokazem/degustacją polskich specjalności eksportowych). Ponadto przedsiębiorcy będą mogli przekazać autorskie materiały promocyjne, które będą rozpowszechniane podczas konferencji promocyjnych organizowanych we wszystkich krajach objętych programem.

Tabela: Charakterystyka statystyczna krajów wytypowanych do programu

Kraj	Liczba ludności (mln)	PKB/mieszkańca (tys. USD)	Import (mld USD)
Azerbejdżan	9,7	10,8	10,7
Bośnia i Hercegowina	3,9	8,3	10,3
Chorwacja	4,5	17,8	21,7
Indie	1236,1	4,0	467,5
Indonezja	253,6	5,2	178,6
Macedonia	2,1	10,8	6,6
Malezja	30,0	17,5	193,0
Mongolia	3,0	5,9	5,7
Serbia	7,2	11,1	20,5
Turkmenistan	5,2	9,7	12,5
Wietnam	93,4	4,0	121,4

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych The World Factbook (Central Intelligence Agency)

**Tabela: Misje organizowane w ramach programu
„Aktywizacja eksportu na wybranych rynkach” w województwach Polski Wschodniej**

Województwo	Lp.	Kraj	Branża
Lubelskie	1.	Indonezja	Produkcja sprzętu medycznego i aparatury pomiarowej
Podkarpackie	2.	Malezja	Kosmetyki
	3.	Chorwacja	Branża meblarska
Podlaskie	4.	Azerbejdżan	Budownictwo
Świętokrzyskie	5.	Indonezja	Polskie specjalności żywnościowe
	6.	Bośnia i Hercegowina	Polskie specjalności żywnościowe

Budżet całego programu wynosi 2,7 mln zł netto. Cała kampania ma długofalowo umożliwić zdywersyfikowanie internacjonalizacji działalności polskich producentów - promować polską gospodarkę w związku z negatywnymi tendencjami krajowego eksportu na wschodnich rynkach (Rosja, Ukraina). Przedsiębiorcy branży budowlanej z województwa podlaskiego mogą sfinansować zorganizowanie misji przyjazdowych kontrahentów (i dziennikarzy) z kaukaskiego Azerbejdżanu.

Tabela: Rynek Azerbejdżanu

Wskaźniki makroekonomiczne	Wskaźniki handlowe	Wskaźniki demograficzne
Dynamika PKB: +5,8%	Eksport: 34,5 mld USD (90% ropa naftowa i gaz ziemny)	Mediana wieku 30,1 lat
Struktura gospodarki: przemysł (63%), usługi (31%), rolnictwo (6%)	Import: 10,7 mld USD	Przyrost naturalny +1%
Rezerwy walutowe: 13 mld USD	Główni partnerzy w imporcie: Rosja (14.1%), Turcja (13.7%), Wielka Brytania (12.5%), Niemcy (7.7%), Ukraina (5.5%).	Wskaźnik urbanizacji: 54%. Główny ośrodek miejski - metropolia Baku (2,1 mln)

W połowie grudnia 2014 roku w New Delhi odbyła się pierwsza konferencja z cyklu *Made in Poland* z tematem *Cooperation opportunities for Indian companies*, prezentująca polski potencjał eksportowy oraz perspektywy współpracy w ramach branż: spożywczej, IT oraz produkcji sprzętu medycznego i aparatury pomiarowej. Po degustacji polskich specjalności i uroczystym przywitaniu audytorium, swoimi wystąpieniami konferencję uświetnili goście honorowi: minister Jerzy W. Pietrewicz, ambasador Polski w Indiach T. Łukaszuk oraz sekretarz rządu indyjskiego Amitabh Kant. W konferencji wzięło udział ponad stu przedstawicieli firm oraz biznesowych organizacji hinduskich. Uczestnicy konferencji przekonywali audytorium do nawiązywania kontaktów biznesowych z Polską, prezesa Świętokrzyskiego Centrum Innowacji i Transferu Technologii Łukasz Bilski zaprezentował system wdrażania innowacji i akceleracji inwestycji w Polsce. Obecni na konferencji mogli również zapoznać się z charakterystyką krajowego sektora IT oraz ICT, krajowego sektora produkcji i dystrybucji żywności, produkcji sprzętu medycznego w Polsce.

Podlaski szlagier eksportowy: systemy drewnianej konstrukcji szkieletowej bielskich gigantów (Danwood S.A. oraz Unihouse Oddział UNIBEP S.A.)

Krajowym zagłębiem domów wznoszonych w technologii szkieletu drewnianego jest Bielsk Podlaski, miasto w województwie podlaskim, w którym swą siedzibą mają dwaj potentaci budownictwa należący do Wschodniego Klastra Budowlanego: Danwood S.A. oraz Unihouse Oddział UNIBEP S.A.

Danwood S.A. z Bielska Podlaskiego już od 17 lat zajmuje się budową domów prefabrykowanych w systemie drewnianej konstrukcji szkieletowej dla klientów indywidualnych. W tym czasie firma zyskała ponad 4,5 tys. klientów, a jej realizacje można spotkać w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Francji, Włoszech, Wielkiej Brytanii, Irlandii, Danii, Szwecji oraz Polsce. Swoim klientom Danwood oferuje szeroki wybór gotowych projektów domów – od bungalowów, poprzez domy półtora- i dwukondygnacyjne, po domy dwurodzinne, w różnych stylach – tradycyjnym i nowoczesnym. Klienci mogą wybrać spośród dwóch standardów wykończenia: dom w stanie deweloperskim lub dom „pod klucz”.



Dom półtora-
kondygnacyjny
Point 141 A

Fot. Danwood S.A.

Okres budowy domu Danwood jest bardzo krótki – od momentu podpisania umowy, poprzez produkcję w naszym zakładzie, do czasu dostarczenia oraz zmontowania – może wynosić tylko 6 miesięcy. Zarówno ściany wewnętrzne, jak i zewnętrzne oraz elementy dachu domu produkowane są w nowocześnie wyposażonym Zakładzie Produkcji Domów.

Następnie poszczególne prefabrykowane elementy przetransportowane zostają na miejsce budowy, gdzie montuje się je na wykonanych wcześniej fundamentach. Każdy dom zostaje zmontowany i wykończony przez wykwalifikowaną grupę specjalistów budowlanych. Firma zapewnia swoim klientom kompleksową obsługę – od doradztwa, poprzez przygotowanie projektu, aż po budowę domu i wykończenie wnętrz. Wysoką jakość oraz precyzyjne wykonanie - od produkcji, poprzez montaż, aż po wykończenie - gwarantują znak jakości RAL, Certyfikat ISO-9001 oraz stała kontrola materiałów przez Instytut Kontroli Materiałów dla Budownictwa w Dreźnie. Jako jedni z nielicznych w Polsce, Danwood oferuje klientom 30-letnią gwarancję na elementy konstrukcyjne podlegające obliczeniom statycznym.



**Dom
dwukondygnacyjny
Park 151.3W**

Fot. Danwood S.A.

Domy Danwood posiadają doskonałe właściwości termoizolacyjne. Solidna, drewniana konstrukcja szkieletowa wypełniona jest wełną mineralną, która sprawia, że ciepło pozostaje we wnętrzu domu. Firma opracowała supertermiczną ścianę zewnętrzną o wyjątkowo niskim współczynniku przenikania ciepła $U=0,13 \text{ W}/(\text{m}^2\text{K})$. To rozwiązanie – w połączeniu z zastosowaniem nowoczesnej techniki grzewczej, opartej na odnawialnych zasobach: kolektorów słonecznych, pomp ciepła, ogniw fotowoltaicznych i wentylacji z odzyskiem ciepła – zdecydowanie obniża koszty ogrzewania oraz sprawia, że oferowane domy są energooszczędne, ekologiczne i przyjazne dla środowiska. Zapotrzebowanie energetyczne w domach Danwood waha się od 40 do 70 kWh/m² rok, co bezpośrednio przekłada się na niższe koszty ogrzewania. Firma ma wieloletnie doświadczenie w budowaniu domów spełniających najwyższe standardy domów energooszczędnych oraz wiedzę i zasoby pozwalające na realizację tego typu projektów.

Już teraz wszystkie domy budowane przez firmę spełniają wymagania stawiane przez Unię Europejską dotyczące budowy domów energooszczędnych, które mają obligatoryjnie wejść w życie w Polsce w 2020 roku. Przepisy te zakładają, że dzięki wykorzystaniu nowoczesnej techniki wszystkie domy będą energooszczędne, tzn. mają nie zużywać energii do ogrzania i zasilania klimatyzacji.

UNIHOUSE, oddział produkcyjny giełdowej spółki UNIBEP S.A., stosuje do wytwarzania domów oraz innych obiektów najnowszą w Polsce technologię domów modułowych i panelowych w szkielecie drewnianym. Technologia ta jest stosowana powszechnie w budownictwie mieszkaniowym w Skandynawii. UNIHOUSE jest największym w Polsce producentem domów modułowych. Większość produkcji trafia na rynek norweski. Oddział zatrudnia 250 osób w siedzibie w Bielsku Podlaskim oraz na budowach w Norwegii. W 2009 roku na powierzchni około 3 ha została wybudowana duża fabryka domów, która – metodami przemysłowymi na skomputeryzowanych liniach produkcyjnych – wytwarza moduły (mieszkalne, usługowe itp.), wykończone „pod klucz”, a nawet „ponad klucz”, gdyż z zainstalowanymi meblami kuchennymi i łazienkowymi oraz ze sprzętem kuchennym. Taka metoda pozwala na stawianie budynków do 4 kondygnacji.

Hotel 51 pokoi
(powierzchnia
1403 m²)



Foto: Unihouse Oddział UNIBEP S.A.

Realizowane przez Unihouse budynki są wykonywane w technologii modułowej lub panelowej o szkielecie drewnianym, bardzo popularnym w Skandynawii czy Europie Zachodniej, lecz wciąż będące nowością na rynku polskim. Budynki mieszkalnie wielorodzinne realizowane od kilku lat w standardowym rozwiązaniu spełniają kryteria dla budynków niskoenergetycznych. Unihouse spełnia wymogi warunków technicznych, które wejdą w życie dopiero w 2021 roku. Podczas gdy wielu projektantów i wykonawców przymierza się do wprowadzenia zasadniczych zmian w założeniach w kwestii poprawienia izolacyjności przegród, stolarki czy wprowadzenia nowych rozwiązań

instalacyjnych, firma Unihouse jest w stanie już teraz zrealizować budynek w standardzie energooszczędnym, zarówno mieszkalny, wielorodzinny, jak i hotel czy przedszkole. W wersji standardowej szerokość ściany zewnętrznej to ok. 32 cm, w zależności od użytego materiału elewacyjnego, a uzyskany współczynnik $U=0,18$ [W/(m²K)]. Doskonały wynik uzyskujemy dla ścian o grubości 44cm, $U=0,112$ [W/(m²K)] przy zastosowaniu 36 cm izolacji termicznej z wełny mineralnej, co klasyfikuje w kategorii budynków pasywnych! Równie dobre wyniki uzyskiwane są dla pozostałych przegród. Technologia wykorzystująca naturalne materiały (takie jak drewno) powoduje, iż proces produkcji jest czysty i przyjazny środowisku. Czas montażu budynku jest ograniczony do minimum, a ilość odpadów podczas budowy jest znikoma.

Dom opieki

(przykład możliwości budownictwa modułowego)



Foto: Unihouse Oddział UNIBEP S.A.

Budownictwo pasywne i energooszczędne wbrew pozorom nie narzuca stosowania drogich zmian technologicznych. Do stosowanych w standardzie rozwiązań wprowadzamy polepszenie izolacyjności przegród. Ze względu na uzyskiwane doskonałe współczynniki przenikania ciepła zużycie energii potrzebnej do ogrzania budynku jest niskie, dzięki czemu uzyskujemy odczuwalną oszczędność kosztów podczas użytkowania. Wykonanie budynku w technologii drewnianej stwarza powstanie przyjaznego mikroklimatu wewnątrz pomieszczeń. Co więcej dzięki systemowi wentylacji mechanicznej o wysokim poziomie sprawności uzyskujemy świeże powietrze o odpowiednim poziomie wilgotności. Natomiast odzyskiwanie ciepła przez centralę zapewnia optymalną temperaturę we wnętrzu.

Wewnątrzwspólnotowa dostawa towarów – charakterystyka wybranych rynków Unii Europejskiej

Wywóz towarów z Polski do kraju trzeciego, niezależnie od lokalizacji nabywcy jest eksportem towarów. W ujęciu podatkowym czynność polegająca na sprzedaży towarów kontrahentom z Unii Europejskiej stanowi z reguły u krajowego podatnika VAT **wewnątrzwspólnotową dostawę towarów (WDT)**. WDT to inaczej wywóz towarów z kraju do innego państwa Unii Europejskiej na rzecz podmiotu, który posiada ważny numer VAT UE (który można sprawdzić na portalu Komisji Europejskiej: ec.europa.eu/taxation). WDT ma miejsce pod warunkiem, że nabywca towarów jest:

- a) podatnikiem podatku od wartości dodanej zidentyfikowanym na potrzeby transakcji wewnątrzwspólnotowych na terytorium państwa członkowskiego innym niż terytorium kraju;
- b) osobą prawną niebędącą podatnikiem podatku od wartości dodanej, która jest zidentyfikowana na potrzeby transakcji wewnątrzwspólnotowych na terytorium państwa członkowskiego innym niż terytorium kraju;
- c) podatnikiem podatku od wartości dodanej lub osobą prawną niebędącą podatnikiem podatku od wartości dodanej, działającymi w takim charakterze na terytorium państwa członkowskiego innym niż terytorium kraju.



Według danych Głównego Urzędu Statystycznego eksport towarów z Polski w 2013 roku osiągnął poziom 152,8 mld euro (wzrost w ciągu roku o 6,5 proc.). Wartość importu wyniosła 155,1 mld euro, co w rezultacie przełożyło się na wystąpienie niewielkiego deficytu obrotów towarowych (w wysokości 2,3 mld euro; dla porównania poziom deficytu w roku 2012 wyniósł 10,6 mld euro, zaś w 2011 roku 15,9 mld euro). W 2013 r. zdecydowanie szybciej wzrósł eksport na rynki rozwijające się i słabiej rozwinięte (o 11,4 proc.) niż na rynki rozwinięte, gdzie nastąpił wzrost o 5,5 proc. Eksport do Unii Europejskiej wzrósł o 4,5 proc. (do 114 mld euro). Wśród głównych partnerów eksportowych Polski w UE najszybciej wzrósł wywóz do Niemiec (o 6 proc.), Czech (4 proc.), Szwecji (9 proc.), na Słowację (8 proc.), na Węgry (11,6 proc.), do Hiszpanii (19 proc.) i Belgii (12 proc.). Sprzedaż na pozaunijne rynki rozwinięte zwiększyła się o 17,3 proc. (do 10,4 mld euro), w tym najszybciej do USA (o 21 proc.) i Norwegii (o 26 proc.). Eksport na rynki Wspólnoty Niepodległych Państw wzrósł o 8 proc. (do ponad 15 mld euro), w tym do Rosji o 6 proc., na Ukrainę o 5 proc. i na Białoruś o 17 proc. W przekroju towarowym najszybszy wzrost nastąpił w eksporcie artykułów rolno-spożywczych (o 11,5 proc.). Szybciej niż przeciętnie wzrósł także eksport w dwóch grupach towarowych dominujących w polskim wywozie, tj. wyrobów elektromaszynowych – o 7 proc. (do 60 mld euro) - oraz wyrobów przemysłu chemicznego – o 8 proc. (do 22 mld euro).

Tabela: Rynki eksportowe polskich towarów w 2013 roku

	Kraj	Eksport (mln euro)	Eksport (w %)
kraje UE	Niemcy	38 888	25,1
	Wielka Brytania	10 079	6,5
	Czechy	9 596	6,2
	Francja	8 703	5,6
	Włochy	6 691	4,3
	Holandia	6 150	4,0
	Szwecja	4 207	2,7
	Słowacja	4 091	2,6
	Węgry	3 948	2,5
	Hiszpania	3 447	2,2
kraje spoza UE	Rosja	8 147	5,3
	Ukraina	4 307	2,8
	Stany Zjednoczone	3 643	2,4
	Norwegia	3 079	2,0
	Turcja	2 294	1,5
świat		154 994	100,0

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych: *Polska 2014. Raport o stanie handlu zagranicznego*, Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2014

Tradycyjnie największym rynkiem docelowym wywożonych polskich towarów jest rynek Republiki Federalnej Niemiec. Rodzimy eksport do państwa tworzono przez 16 landów przekracza ¼ wartości całego polskiego eksportu. W 2013 roku drugim pod względem wielkości eksportu został rynek brytyjski, absorbujący polskie produkty za ponad 10 mld euro. Po raz kolejny bardzo ważnym rynkiem odbioru krajowych towarów jest, relatywnie nieduży, rynek czeski (10,5 mln konsumentów) - trzeci w globalnym zestawieniu polskiego eksportu. Tuż za podium plasuje się rynek rosyjski – o wartości ponad 8 mld euro (5% krajowego eksportu). W ujęciu grup krajów najważniejszym regionem docelowym rodzimych produktów jest Unia Europejska. Na terytorii 27 krajów Zjednoczonej Europy (nie wliczając naszego państwa) trafia aż ¾ polskiego eksportu (116 mld euro), 10% rodzimych towarów trafia do obszaru celnego Wspólnoty Niepodległych Państw (15 mld euro).

Analizując dane historyczne zauważa się wysoką dynamikę po stronie eksportu do Unii Europejskiej. Dekada polskiego członkostwa w strukturze wspólnotowej zaowocowała przekształceniem deficytu handlowego z europejskimi partnerami (1 mld euro w roku 2004) w nadwyżkę, systematycznie rosnącą do niespełna 25 mld euro w roku 2013. Tak znacząca korzystna zmiana salda w handlu z rynkami unijnymi, a szerzej z rynkami rozwiniętymi (gdzie nastąpiło przekształcenie deficytu w wysokość 3 mld euro w nadwyżkę 23 mld euro) pozwala w znacznej części kompensować deficyt z importu surowców energetycznych oraz uwarunkowany strukturalnie wysoki deficyt w wymianie z rynkami azjatyckimi (z Chinami i Koreą Południową).

Tabela: Struktura polskiego eksportu w 2013 roku wg grup towarowych

Grupa towarowa	mln euro	%
Wyroby elektromaszynowe	60959	39,3
Wyroby chemiczne	21902	14,1
Artykuły rolno-spożywcze	20427	13,2
Wyroby metalurgiczne	16941	10,9
Produkty mineralne	7515	4,8
Wyroby drzewno-papiernicze	7115	4,6
Wyroby przemysłu lekkiego	5609	3,6
Wyroby ceramiczne	4027	2,6

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych: *Polska 2014. Raport o stanie handlu zagranicznego*, Ministerstwo Gospodarki, oprac. K.Miszczyk, Warszawa 2014

W strukturze polskiego eksportu – wykorzystując nomenklaturę grup towarowych – pierwszoplanową pozycję zajmują wyroby elektromaszynowe (uważane za najwyżej przetworzone i o najwyższym poziomie nowoczesności), stanowiące niemal 40% wartości rodzimego eksportu. W roku 2013 za ponad 20 mld euro krajowe przedsiębiorstwa uplasowały na rynkach międzynarodowych artykuły rolno-spożywcze oraz towary przemysłu chemicznego. O wysokiej jakości i uznaniu polskich artykułów żywnościowych świadczyć może fakt, iż ponad 80% ich eksportu trafia do bardziej wymagających zagranicznych konsumentów w krajach rozwiniętych gospodarczo. Ponad 10% polskiego eksportu stanowią wyroby metalurgiczne, plasując się na czwartej pozycji przedstawionego zestawienia. W 2013 roku odnotowano 23 pozycje towarowe, w których wartość eksportu była wyższa niż 1 mld euro.

Na czele listy dominujących pozycji towarowych znalazły się części i akcesoria samochodowe oraz samochody osobowe. Duże znaczenie miały również silniki, aparatura odbiorcza dla telewizji, maszyny do automatycznego przetwarzania danych, aparatura do telefonii i telegrafii przewodowej, łodzie, pojazdy do transportu towarowego.

Produkty branży budowlanej nie są autonomicznie wyeksponowane w ogólnej klasyfikacji grup towarowych. Wchodzą one w skład trzech grup towarowych: wyroby drzewno-papiernicze (m.in. prefabrykowane budynki z drewna, wyroby stolarskie i ciesielskie dla budownictwa), produkty mineralne (m.in. materiały gipsowe; wapno i cement), wyroby ceramiczne (m.in. wyroby z kamieni, gipsu, cementu, azbestu, miki).



Republika Federalna Niemiec, piąta gospodarka świata (produkt narodowy rządu 3,2 bln USD), od wielu lat pozostaje pierwszym partnerem handlowym Polski. Od dekady - momentu przystąpienia Polski do Unii Europejskiej - w dwustronnych relacjach handlowych obserwowane są zarówno zmiany ilościowe, jak i jakościowe. Postępuje wysoka dynamika handlu oraz poprawia się struktura towarowa wymiany w kierunku wyższego udziału towarów wysoko przetworzonych. W strukturze polskiego eksportu na rynek niemiecki (81 mln mieszkańców) dominują części i akcesoria do pojazdów samochodowych, meble, silniki spalinowe, pojazdy samochodowe, miedź rafinowana, **druty, konstrukcje do budowy mostów**, aparatura odbiorcza dla telewizji, statki i łodzie. Największą grupę towarową w polskim eksporcie do RFN stanowią wyroby mechaniczne i elektryczne (34%), inne wyroby przemysłowe (19%), w tym pojazdy (15%), inne wyroby gotowe (13%), w tym meble (7%) oraz towary rolno-spożywcze (8%).

Za jako najbardziej perspektywiczną i najbardziej dynamicznie się rozwijającą branżę gospodarki niemieckiej uznaje się branżę technologii cyfrowych i systemów informatycznych, dla której na lata 2010-2020 prognozowane jest średnioroczne tempo wzrostu w wysokości 3%. Na drugim miejscu znajduje się branża „maszyny i wyposażenie” z prognozowanym wzrostem 2,4% średnio rocznie. **Po zniesieniu w 2011 roku ograniczeń w dostępie do rynku pracy i usług, dobre perspektywy będzie posiada eksport usług budowlanych, zwłaszcza w zakresie robót wysoko wyspecjalizowanych (m.in. tunelowych i wykończeniowych) oraz montażu produkowanych w Polsce wyrobów.**



Polskie inwestycje w Niemczech wg szacunków Ambasady RP w Berlinie wynoszą ok. 1 mld euro. Wśród największych inwestorów znajdują się PKN Orlen S.A. (zakup ponad 580 stacji benzynowych BP w północnej części Niemiec), Grupa Ciech (przejęcie za 75 mln euro fabryki sody kalcynowanej w Stassfurcie w Dolnej Saksonii) oraz Azoty Tarnów (zakup fabryki polimerów w Guben).

Dzięki swojemu centralnemu położeniu, koncentracji strategicznych gałęzi przemysłowych i ośrodków badawczo-rozwojowych oraz bardzo dobremu wyposażeniu w infrastrukturę, Niemcy odgrywają wiodącą rolę w organizacji targów, wystaw, konferencji oraz innych imprez branżowych o charakterze promocyjnym. Według danych Komisji Targów i Wystaw Niemieckiej Gospodarki AUMA rocznie odbywa się w Niemczech ok. 150 międzynarodowych imprez targowych i wystawienniczych. Wśród najbardziej znaczących targów z dużym udziałem przedsiębiorców międzynarodowych wymienić należy: Targi Hannovermesse (technologia, innowacja i automatyka w przemyśle) w Hanowerze, Expo Real (Targi nieruchomości inwestycyjnych) w Monachium, **ISH (Targi branży sanitarnej, grzewczej, klimatyzacji wewnątrz oraz energii odnawialnej) we Frankfurcie nad Menem**. Wykaz ważnych niemieckich imprez targowo-wystawienniczych wraz z kodami branż ułatwiającymi ich wyszukiwanie znajduje się na stronie Komisji Wystaw i Targów Gospodarki Niemieckiej.

Źródło: Przewodnik eksportera po rynku Republiki Federalnej Niemiec, Ministerstwo Gospodarki

Rynek wysp brytyjskich jest obecnie drugim rynkiem polskiego eksportu. Zgodnie z danymi brytyjskimi Polska jest 20. największym odbiorcą towarów brytyjskich, z udziałem w globalnym brytyjskim eksporcie w wysokości 1,2% (podobnie jak Norwegia i Australia). Z kolei wartość polskiego eksportu, z udziałem w wysokości 1,4% ogólnej wartości importu na rynek brytyjski, plasuje Polskę na 19. miejscu wśród największych eksporterów na rynek brytyjski.

W strukturze polskiego eksportu do Wielkiej Brytanii dominują towary o wysokim stopniu przetworzenia. Największymi kategoriami w polskim eksporcie do Wielkiej Brytanii są: pojazdy drogowe, urządzenia i aparatura, telekomunikacyjne i do zapisu, i do odtwarzania dźwięku, maszyny biurowe i urządzenia do automatycznego przetwarzania danych, elektryczne maszyny, aparaty i urządzenia, gdzie indziej niewymienione ani niewłączone, i ich elektryczne części oraz meble i ich części; pościel, materace, stelaże pod materace, poduszki i podobne artykuły wypychane.

Rynek brytyjski jest rynkiem niezwykle wymagającym, jednocześnie jednak stwarzającym ogromną szansę dla polskich eksporterów, ze względu na wysoką chłonność oraz pozytywny odbiór towarów pochodzenia polskiego. Szczególne miejsce w polskim eksporcie do Wielkiej Brytanii zajmuje sektor rolno-spożywczy, którego wartość rośnie w bardzo szybkim tempie. Wieloletnia tradycja oraz doskonała jakość produkcji przyczyniła się do dynamicznego rozwoju sektora meblarskiego w Polsce, a obecność producentów sektora na rynku brytyjskim oraz prowadzone działania promocyjne zwiększyły rozpoznawalność polskich mebli na rynku brytyjskim. Przy rosnącym zapotrzebowaniu plastiku w Wielkiej Brytanii należy wskazać znaczące możliwości rozwoju polskich firm specjalizujących się w wytwarzaniu oraz przetwarzaniu plastiku.



Jednostką wiodącą w zakresie koordynacji spraw związanych ze standardami i normami technicznymi, testowaniem oraz certyfikacją towarów jest brytyjskie Ministerstwo ds. Przedsiębiorczości, Innowacji i Kwalifikacji Zawodowych (ang. Department for Business Innovation and Skills – BIS). Obowiązujące w Unii Europejskiej normy techniczne nie stanowią części systemu prawnego i mają charakter dobrowolny. Dyrektywy nowego podejścia zakreślają jedynie ogólne, powszechnie stosowane zasady ochrony życia, zdrowia i środowiska. Rola BIS sprowadza się więc w tym wypadku do stworzenia odpowiedniego systemu (zarządzanego przez National Measurement Office – www.nmo.bis.gov.uk), w którym przedsiębiorstwa mają zapewniony swobodny dostęp zarówno do informacji obowiązujących na ten temat przepisów, jak i do infrastruktury w zakresie testowania i certyfikacji poszczególnych towarów.

Republika Czeska jest obecnie jednym z najważniejszych partnerów gospodarczych Polski. W handlu z Czechami nasz kraj uzyskuje drugą najwyższą nadwyżkę handlową po Wielkiej Brytanii. Polska w obrotach handlu zagranicznego Republiki Czeskiej jest trzecim partnerem handlowym Republiki Czeskiej pod względem importu (udział 6,5%) oraz trzecim pod względem eksportu (6,3%).

W polskim eksporcie do Czech dominują wyroby wysoko przetworzone. Największy udział eksportu mają wyroby przemysłu elektromaszynowego (25,1%), głównie urządzenia mechaniczne i elektryczne do rejestracji i odbioru dźwięku i obrazu (16,6%) oraz pojazdy samochodowe (7,9%), jak również wyroby metalurgiczne (21,2%), głównie wyroby z żelaza, stali i miedzi. Kolejne pozycje w polskim eksporcie zajmują wyroby chemiczne (14,3%), produkty mineralne (13,0%) oraz artykuły rolno-spożywcze (12,0%). Ta ostatnia grupa od kilku lat wykazuje dynamiczny wzrost zwłaszcza w zakresie polskiego eksportu wyrobów mięsnych, serów i twarogów, jak również owoców i warzyw. W handlu artykułami rolno-spożywczymi Polska uzyskuje drugą największą nadwyżkę handlową z tym krajem zaraz po wyrobach metalurgicznych.



Realne szanse zwiększenia polskiego eksportu do Republiki Czeskiej zależą od zaangażowania i możliwości polskich eksporterów oraz siły nabywczej tego rynku. Nawet w czasach globalnego kryzysu, duże szanse wejścia na dany rynek mają towary o niższej cenie, ale o wysokiej jakości. W dalszym ciągu istnieją możliwości zwiększenia eksportu artykułów rolno-spożywczych (szczególnie nabiału oraz owoców i warzyw, ale także mięsa i ryb). Bardzo dobrze sprzedają się polskie mrożonki (ryby, warzywa, gotowe artykuły spożywcze) oraz soki. Polskie wyroby przemysłu meblarskiego znajdują na czeskim rynku stałych odbiorców. **Mimo spowolnienia w budownictwie doskonale sprzedaje się polska stolarka budowlana, artykuły budowlane z tworzyw sztucznych oraz pokrycia dachowe.** Rozwija się współpraca w branży motoryzacyjnej, duże możliwości rozwoju mają zwłaszcza producenci autobusów, tramwajów oraz pozostałych pojazdów mechanicznych.

Źródło: Przewodnik eksportera po rynku Republiki Czeskiej

Holandia jest szóstym unijnym rynkiem eksportowym Polski. Według niderlandzkich danych statystycznych Polska pod względem wartości obrotów towarowych była 12. partnerem handlowym tego niespełna 17-milionowego kraju (ósma pozycja wg wielkości eksportu i szesnasta wg wielkości importu ogółem).

Dominującymi grupami towarowymi w eksporcie z Polski do Holandii były: urządzenia mechaniczne i elektryczne (stanowiły aż 30% udziału w polskim eksporcie). Kolejnymi znaczącymi towarami według wartości są: pojazdy i jednostki pływające, wyroby z metali nieszlachetnych, produkty mineralne, produkty przemysłu chemicznego, gotowe artykuły spożywcze i napoje, produkty pochodzenia zwierzęcego i zwierzęta żywe. Ważną rolę w polskim eksporcie do Niderlandów odgrywają również artykuły rolno-spożywcze, takie jak: mięso bydła, soki owocowe, owoce i orzechy, mleko i śmietana. Właśnie w tej grupie towarów należy upatrywać szczególną szansę do dalszej intensyfikacji polskiego eksportu, w tym również coraz bardziej poszukiwanych przez niderlandzkich odbiorców produktów ekologicznej żywności.



Udział w eksporcie towarów produkowanych przez polskie firmy, z udziałem kapitału niderlandzkiego, będzie w najbliższych latach nadal znaczący. Duży wpływ na taki stan rzeczy będzie miał niderlandzki sektor bankowy, posiadający swoje struktury i aktywa w Polsce. Takie banki, jak ING oraz Rabobank istotnie przyczyniają się do wspierania działalności eksportowej polskich firm z kapitałem niderlandzkim. **Po wejściu Polski do UE rokrocznie obserwuje się wzrost zainteresowania na rynku niderlandzkim usługami finansowo-księgowymi, informatycznymi, budowlanymi, montażowymi i innymi realizowanymi przez firmy polskie**, które bardzo często chwalone są przez zleceniodawców za solidność wykonawstwa i konkurencyjność oferty. **Mimo kryzysu finansowego-gospodarczego i zmniejszonego popytu w branży budowlanej w Niderlandach, powyższy trend nie uległ dużym zmianom, głównie z uwagi na konkurencyjną cenowo ofertę usług polskich firm.** Pomimo spowolnienia gospodarczego wynikającego z globalnej recesji, istnieją dalsze szanse na wzrost wartości sprzedaży na rynku niderlandzkim, produkowanych w Polsce wyrobów przemysłu elektronicznego, sprzętu AGD, specjalistycznych i rzecznych jednostek pływających, jachtów i łodzi sportowych, pojazdów samochodowych, mebli wypoczynkowych, gotowej konfekcji ubraniowej, specjalistycznych urządzeń elektrycznych.

Źródło: Przewodnik eksportera po rynku Królestwa Niderlandów, WPHI Ambasady RP w Hadze

Rosja jest piątym co do wielkości polskim partnerem handlowym w eksporcie oraz drugim w imporcie. Polska równolegle zajmuje dość wysoką pozycję w rosyjskiej wymianie handlowej z zagranicą. Nasz kraj jest dla Rosji piątym partnerem handlowym spośród krajów Unii Europejskiej oraz czwartym unijnym eksporterem. Polska na terytorialnie największy rynek świata eksportuje m.in. maszyny i urządzenia, pojazdy samochodowe, artykuły rolno-spożywcze, tworzywa sztuczne, wyroby chemiczne.

Pomimo podejmowanych działań na rzecz unowocześnienia i aktywowania branży rolno-spożywczej Federacji Rosyjskiej wg szacunków WPHI nie będzie ona w stanie zabezpieczyć krajowej konsumpcji, co nadal stwarza duże szanse dla eksportu polskiej produkcji rolnej zarówno bezpośrednich produktów, jak i dóbr inwestycyjnych. To ostatnie wynika z faktu, że połowa rosyjskich gospodarstw rolnych wciąż pracuje na granicy opłacalności.



Za kolejną równie ważną priorytetową naszą branżą eksportową branżą należy uznać wyroby przemysłu chemicznego, w tym szczególnie produktów farmaceutycznych, które zajmują czołowe miejsce wśród zestawienia naszych głównych produktów eksportowych do Rosji. Rosyjski rynek farmaceutyczny rósł w ostatnich latach w tempie 25% rocznie. Obecnie ok. 75% preparatów farmaceutycznych sprzedawanych w Rosji pochodzi z importu.

W przypadku tradycyjnych polskich towarów eksportowych (związanych ze sferą usług w sektorze budownictwa oraz z eksportem mebli) dominują współcześnie niekorzystne scenariusze. Wysokie cła powodują, że coraz więcej firm zagranicznych rozpoczyna produkcję w Rosji. W związku z powyższym większe możliwości w ocenie WPHI istnieją w przypadku eksportu do Rosji komponentów do produkcji mebli. **W przypadku materiałów budowlanych i wykończeniowych w wielu przypadkach problemem są wysokie koszty transportu. Niektóre firmy z Polski z powodzeniem rozpoczęły produkcję na terenie Rosji.**

Od momentu wstąpienia Polski do Unii Europejskiej polsko-rosyjska współpraca gospodarcza jest regulowana poprzez rosyjsko-unijne Porozumienie o Partnerstwie i Współpracy (PCA), obowiązujące od 1997 r. i protokół z 2004, podpisany przed rozszerzeniem UE o dziesięciu nowych członków. Dodatkowo w listopadzie 2004 r. Polska i Rosja podpisały umowę gospodarczą wskazującą na obustronne dążenie do budowania partnerstwa gospodarczego po przystąpieniu Polski do UE. Ten ostatni dokument stanowi podstawę prawną funkcjonowania polsko-rosyjskiej międzyrządowej komisji ds. współpracy gospodarczej, mającej na celu analizowanie bieżących problemów we współpracy dwustronnej.

Źródło: *Przewodnik eksportera po rynku Federacji Rosyjskiej*, Ministerstwo Gospodarki

Wsparcie eksporterów Polski Wschodniej – sieć Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów

Sieć Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów (COIE) jest projektem systemowym Ministra Gospodarki. Celem tego projektu jest wzrost poziomu umiędzynarodowienia polskich firm poprzez ułatwienie przedsiębiorcom (a także organizacjom zrzeszającym przedsiębiorców) dostępu do kompleksowych, wysokiej jakości i nieodpłatnych usług informacyjnych w zakresie niezbędnym do planowania, organizowania i realizacji eksportu i/lub inwestycji poza granicami Polski. Cel ten obejmuje też działanie na rzecz zwiększania poziomu inwestycji zagranicznych w Polsce, poprzez ułatwienie potencjalnym inwestorom zagranicznym dostępu do informacji o warunkach podejmowania działalności gospodarczej w Polsce (instrumentach oraz zachętach inwestycyjnych).

Merytoryczne wsparcie dla COIE stanowią będą Wydziały Promocji Handlu i Inwestycji Ambasad i Konsulatów RP (WPHI), posiadające aktualną i obszerną wiedzę o warunkach dostępu i funkcjonowania na wybranych rynkach zagranicznych. W Polsce Wschodniej działalność prowadzi pięć oddziałów Centrów Obsługi Inwestorów i Eksporterów.



Województwo lubelskie LUBLIN	Departament Gospodarki i Innowacji Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego ul. Stefczyka 3, 20-151 Lublin godziny pracy: poniedziałek - piątek: 7.30 - 15.30
Województwo Podkarpackie RZESZÓW	Adres do korespondencji: Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego Al. Łukasza Cieplińskiego 4, 35-010 Rzeszów Siedziba: Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. ul. Szopena 51, 35-959 Rzeszów, pokój 308 (II piętro) godziny pracy: poniedziałek - piątek 7:30 – 15:30
Województwo podlaskie BIAŁYSTOK	Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego ul. Poleska 89, 15-874 Białystok godziny pracy: poniedziałek 8:00 -16:00, wtorek - piątek: 7:30 – 15:30
Województwo świętokrzyskie KIELCE	Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego Departament Polityki Regionalnej, Centrum Obsługi Inwestora ul. Sienkiewicza 63, 25-002 Kielce godziny pracy: poniedziałek - piątek: 7.30 - 15.30
Województwo warmińsko-mazurskie OLSZTYN	Departament Koordynacji Promocji Urząd Marszałkowski Województwa Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie Siedziba: budynek Warmińsko-Mazurskiej ARR w Olsztynie Plac Gen. Józefa Bema 3, 10-516 Olsztyn, pokój 22 godziny pracy: poniedziałek: 8.00 – 16.00, wtorek-piątek: 7.30-15.30

Podlaskie Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów funkcjonuje w strukturze Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego w oparciu o Porozumienie Ramowe oraz Umowę Wykonawczą zawarte między Ministrem Gospodarki a Województwem Podlaskim. Eksperti COiE świadczą usługi o charakterze informacyjnym w zakresie pro-biz, skierowane do inwestorów zagranicznych oraz w zakresie pro-eksport, skierowane do przedsiębiorstw polskich, organizacji zrzeszających przedsiębiorców i osób fizycznych chcących rozpocząć działalność eksportową.

W ramach usługi pro-eksport Centrum Obsługi Inwestorów i Eksporterów zajmuje się:

- ⇒ inicjowaniem współpracy pomiędzy polskimi i zagranicznymi firmami (udostępnia kontakty do zagranicznych przedsiębiorstw, rozpowszechnia zapytania ofertowe zagranicznych firm)
- ⇒ udostępnianiem informacji o zagranicznych, branżowych imprezach targowo-wystawienniczych,
- ⇒ przekazywaniem danych o uwarunkowaniach eksportowo-inwestycyjnych na rynkach zagranicznych,
- ⇒ identyfikacją rynków zagranicznych odpowiednich dla danego typu produktu/usługi i inwestycji poza granice Polski,
- ⇒ informowaniem o aktywnych instrumentach wsparcia eksportu w obszarze finansowym, usługowym i instytucjonalnym,
- ⇒ informowaniem, jak skorzystać z systemu interwencyjnego SOLVIT,
- ⇒ umożliwieniem ekspozycji materiałów promocyjnych polskich firm na wybranych międzynarodowych imprezach targowo-wystawienniczych (za pośrednictwem WPHI),
- ⇒ organizowaniem szkoleń i konferencji dla przedsiębiorców (eksporterów).

W aktualnej ofercie (luty 2015) dla firm budowlanych na portalu Podlaskiego COiE dostępne są **oferty inwestycyjne** (w języku angielskim oraz rosyjskim), otrzymane przez WPHI w Ałmacie od Socjalno-Przedsiębiorczej Korporacji (SPK) „Ertis” S.A. z Ust-Kamienogorska, dotyczące realizacji poniższych projektów na terenie Kazachstanu:

- ⇒ produkcja kompletnych konstrukcji stalowych do budynków;
- ⇒ budowa bioelektrowni;
- ⇒ budowa terminalu logistyczno-transportowego w mieście Ajagoz;
- ⇒ modernizacja ośrodka narciarskiego „Orzeł”;
- ⇒ modernizacja fermy drobiarskiej;
- ⇒ modernizacja ośrodka turystycznego na półwyspie „Gusinyj”.



Szczegółowe informacje na temat powyższej oferty można uzyskać zwracając się bezpośrednio do Pani Anny Akentiewoj (Анна Акентьева): Ust-Kamenogorsk, ul. Kirowa 61; Tel:+7 7232 268950, kom:+77714358070; e-mail:akentyeva.anna@mail.ru,

ROZWÓJ EKO-OSIEDLA W ZABUDOWIE SZEREGOWEJ NA BIAŁOSTOCKIEJ BAGNÓWCE

Eko-Osiedle to innowacyjny w skali województwa podlaskiego projekt, w ramach którego przy ulicy Józefa Karola Puchalskiego w Białymstoku wybudowano do tej pory ponad 150 mieszkań w zabudowie szeregowej. Niebawem do grona mieszkańców Bagnówki dołączą kolejne rodziny, bowiem w lutym 2015 developer zapowiedział zakończenie kolejnego etapu inwestycji.

Z uwagi na swoją specyfikę budynki mieszkalne, które powstają w ramach Eko-Osiedla, od lat cieszą się niesłabnącym zainteresowaniem klientów. Wynika to przede wszystkim z faktu, iż w unikalny sposób łączą one w sobie zalety zarówno domu jednorodzinnego, jak i mieszkania w bloku. Ich twórca, firma Eko-System, jeszcze w tym miesiącu zakończy budowę kolejnych mieszkań w szeregówkach zlokalizowanych na Bagnówce w Białymstoku.



Fot. Eko-System

W ramach obecnego etapu, w budynkach określanych jako Onyks 1 i Opal 1 łącznie powstało 40 dwupoziomowych mieszkań o powierzchni od 50 do 75 m². Do każdego z nich przynależy miejsce parkingowe oraz ogródek o wielkości 30-250 m² – wyjaśnia Dorota Trochimowicz przedstawiciel firmy Eko-System. Co istotne, mimo zabudowy szeregowej nie ma tu mowy o jednakowych, sztamkowych rozwiązaniach dotyczących rozkładu pomieszczeń. Te bowiem, oczywiście nieodpłatnie, przygotowywane są przez Eko-System według indywidualnych preferencji klienta. Firma przekazuje mieszkanie w stanie developerskim. A przysłowiową „wisienkę na torcie”, w tym wypadku stanowi możliwość zainstalowania kominka. To, co wyróżnia Eko-Osiedle to także atrakcyjna lokalizacja. Z jednej bowiem strony cisza i spokój wynikająca z położenia z dala od zgiełku miasta, z drugiej zaś nowe szlaki komunikacyjne zapewniające dogodny dojazd do centrum.

REWITALIZACJA DZIELNICY URSUS Z UDZIAŁEM GRUPY UNIBEP

Dzięki przyjętemu Miejscowemu Planowi Zagospodarowania Przestrzennego tereny o powierzchni 220 ha po byłych zakładach Ursus czeka w najbliższych latach zupełna metamorfoza. W rejonie o ogromnym potencjale powstaną osiedla mieszkaniowe w innowacyjnej formule Smart City wraz z infrastrukturą miejską zapewniającą dzielnicy zrównoważony rozwój. Realizację inwestycji, przy współpracy z samorządem, rozpocznie właściciel terenów Grupa Kapitałowa CPD SA wraz ze spółką Unidevelopment S.A. należącą do grupy Unibep S.A.



Fot. pokochajursus.pl

Prace nad przyjęciem Miejscowego Planu Zagospodarowania Przestrzennego trwały 8 lat. Dokument wszedł w życie się w VIII 2014 roku. Jego przyjęcie umożliwi samorządowi dzielnicy oraz wszystkim inwestorom posiadającym prawa własności do tego terenu rozpoczęcie procesu rewitalizacji.

Do pierwszego etapu realizacji wybrano partnera z sektora deweloperskiego. CPD S.A. podpisało umowę o współpracy z Unidevelopment S.A. Będzie ona polegać na wspólnej realizacji kompleksu budynków wielorodzinnych z częścią usługową oraz towarzyszącą infrastrukturą. *Projekt Ursus to wielka inwestycja obliczona na dekadę, cieszę się, że będziemy mieli przyjemność realizować śmiałą wizję Smart City. Nasz partner docenił, osiągnięcia grupy kapitałowej Unibep w sektorze budownictwa mieszkaniowego. To będzie ciekawe wyzwanie dla naszego zespołu. Stawiamy do dyspozycji tego projektu nasze najlepsze doświadczenia w mieszkalnictwie* - informuje Jan Mikołuszko, Przewodniczący Rady Nadzorczej UNIBEP S.A.

MPZP umożliwia rozpoczęcie rewitalizacji zdegradowanych terenów przemysłowych oraz uporządkowanie urbanistyczne około 220 hektarowego obszaru, stanowiącego 25% powierzchni całej dzielnicy Ursus. Obecnie jest to teren o największym potencjale inwestycyjnym w m. st. Warszawa objęty jednorodnym planem zagospodarowania przestrzennego. jest on oddalony 9 km od ścisłego centrum stolicy i 5 minut jazdy samochodem od lotniska F.Chopina. Posiada doskonałe i nowoczesne rozwiązania infrastrukturalne w zakresie komunikacji publicznej: szynowej oraz drogowej. Zgodnie z zapisami planu miejscowego na tej przestrzeni CPD S.A., jako największy inwestor, może zrealizować projekty o powierzchni użytkowej około 740 tys. m², z czego około 450 tys. m² może zostać przeznaczone pod budownictwo mieszkaniowe, 250 tys. pod zabudowę usługowo-handlową, a 40 tys. m² pod budownictwo publiczne. Spółka zamierza jednak zmodyfikować powyższe założenia w celu optymalizacji zabudowy oraz zwiększenia atrakcyjności lokalizacji dla klientów.

WYRÓŻNIENIE PRODUKTU PRIMACOL DECORATIVE

Farba betonowa, należąca do systemu kreatywnej dekoracji Primacol Decorative, została wyróżniona w konkursie wnętrzarskim Dobry Design 2015. W jury konkursu zasiadło ponad 100 architektów i projektantów wnętrz i to na podstawie ich głosów przyznano poszczególne tytuły.

Konkurs Dobry Design 2015, którego organizatorem jest magazyn wnętrzarski *Dobrze Mieszkaj*, ma na celu wyłonienie najlepszych i najciekawszych produktów przeznaczonych do wystroju i wyposażenia wnętrz mieszkalnych. Kategorie konkursowe ustalono w ten sposób, aby odzwierciedlały konkretne przestrzenie i strefy mieszkania. **Farba betonowa Primacol Decorative** została wyróżniona w kategorii Ściany.



Fot. Unicell Poland

*To bardzo miłe, że System kreatywnej dekoracji Primacol Decorative niezmiennie znajduje uznanie u architektów i projektantów wnętrz – podkreślił Bartłomiej Sawulski, Dyrektor działu Marketingu i Rozwoju w firmie Unicell Poland, producenta marki Primacol. -Wielość produktów zawartych w Systemie daje nieograniczone możliwości dekoracji. Przy ich wykorzystaniu można kreować wnętrza w dowolnym stylu, dlatego **Primacol Decorative** to marka, która ma naprawdę szerokie grono odbiorców, począwszy od fachowców, a na inwestorach ostatecznych skończywszy.*

Farba betonowa Primacol Decorative to dekoracyjna farba mineralna przeznaczona do stosowania wewnątrz pomieszczeń. Przy jej wykorzystaniu, w zależności od oczekiwań i sposobu aplikacji, można otrzymać efekt gładkiej, błyszczącej ściany z betonu wibrowanego lub też stworzyć strukturę z atrakcyjnymi wżerami i ubytkami. Produkt jest gotowy do użytku bezpośrednio po otwarciu opakowania, wymaga jedynie wymieszania.

PLASTIMET ELITE Z CERTYFIKATEM „PRODUKT WARMII I MAZURY”

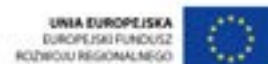
Stolarka otworowa w autorskim systemie PLASTIMET ELITE otrzymała prestiżowy certyfikat „PRODUKT WARMIA MAZURY” przyznawany przez Urząd Marszałkowski w Olsztynie. W ostatni czwartek stycznia 2015 roku w sali sesyjnej sejmiku województwa odbyła się konferencja związana z kampanią i projektem „Produkt Warmia Mazury”. Podczas uroczystości Gustaw Marek Brzezin, marszałek województwa wręczył wybranym organizacjom i przedsiębiorstwom certyfikaty „Produkt Warmia Mazury”. Wśród zauważonych i wyróżnionych znalazła się firma PLASTIMET, która w kategorii produkt otrzymała certyfikat za stolarkę otworową w systemie PLASTIMET ELITE.

Prawo do korzystania ze znaku „Produkt Warmia Mazury” przysługuje flagowym produktom, usługom i wydarzeniom naszego regionu, które charakteryzują się dobrą jakością – podkreślał marszałek Gustaw Marek Brzezin.



Fot. Plastimet

Celem projektu „Produkt Warmia Mazury” jest poprawienie rozpoznawalności i atrakcyjności gospodarczej regionu. Pomysł powstał w wyniku współpracy z francuskim departamentem Côtes-d’Armor, gdzie swą genezę miał znak „Produkt bretoński”. Marka przyznawana jest w trzech kategoriach: produkt, usługa, wydarzenie. Mogą się o nią ubiegać osoby prywatne, firmy, placówki publiczne prowadzące działalność gospodarczą lub zawodową na terenie województwa warmińsko-mazurskiego. Certyfikowane mogą być wszystkie produkty wytwarzane przez firmy mające swoje siedziby na terenie województwa warmińsko-mazurskiego. Podczas czwartkowej uroczystości o zaawansowaniu projektu „Produkt Warmia Mazury” mówił Stanisław Harajda, dyrektor Departamentu Polityki Jakości Urzędu Marszałkowskiego w Olsztynie. Z kolei prof. Janusz Heller rozprawił o ekonomicznych i organizacyjnych uwarunkowaniach powodzenia projektu. Na zakończenie o relacji tożsamości regionalnego produktu do marki „Produkt Warmia Mazury” referowała dr hab. Mariola Grzybowska-Brzezińska z Katedry Analizy Rynku i Marketingu Wydziału Nauk Ekonomicznych UWM.



FUNDUSZE EUROPEJSKIE – DLA ROZWOJU POLSKI WSCHODNIEJ

Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013