

Producenci motoryzacyjni boją się konkurencji

data aktualizacji: 2017.03.09

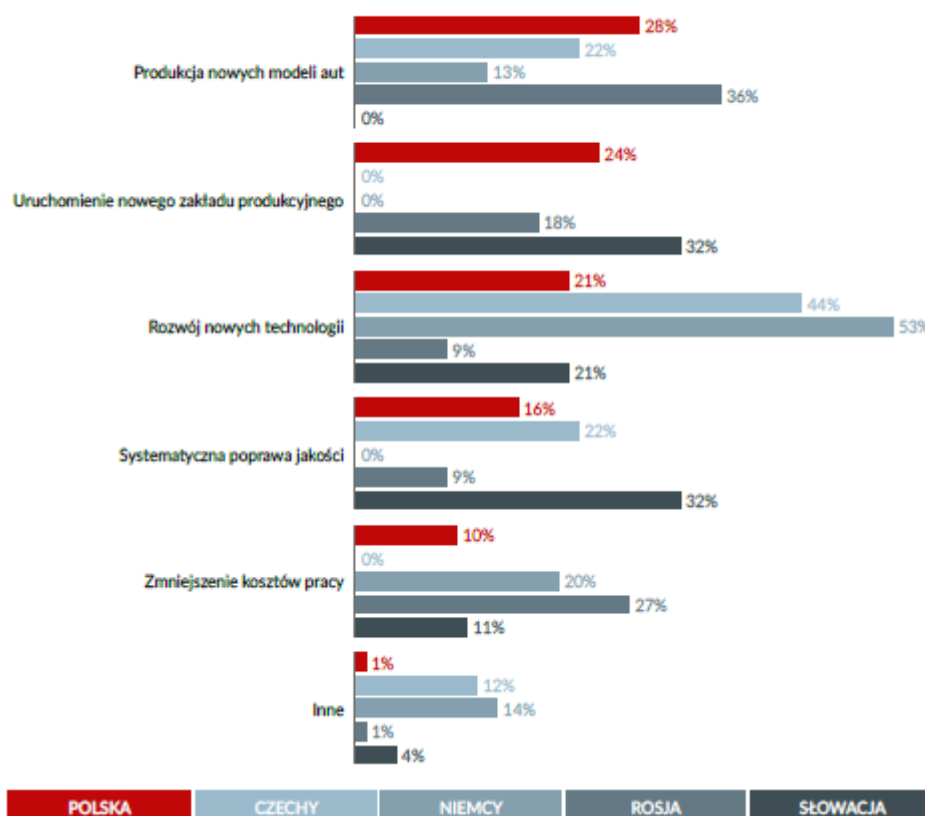


MotoBarometr: Producenci motoryzacyjni liczą na nowe inwestycje, ale połowa z nich obawia się konkurencji ze strony innych krajów. Aż 28 proc. przedstawicieli sektora automotive liczy na produkcję nowego modelu samochodu w Polsce w ciągu trzech lat, podczas gdy w 2015 roku taką nadzieję wyrażało o 10 pp. mniej badanych - wynika z raportu Exact Systems „MotoBarometr 2016. Nastroje w automotive”.

Taki optymizm to pochodna trwającego w ostatnim czasie boomu inwestycyjnego, którego efektem jest m.in. fabryka silników Toyoty i Daimlera w Polsce. Przedsiębiorcy liczą, że kolejny krokiem będzie produkcja całych samochodów. Zagrożenie mogą jednak stanowić inne kraje. 48% przedstawicieli motoryzacji obawia się umacniającej się pozycji innych państw w sektorze. Zdaniem Exact Systems, głównie należą do nich Słowacja, Węgry i Czechy, które konkurują z Polską kosztami pracy, położeniem geograficznym czy ulgami podatkowymi.

- Inwestycje, które zdaniem zapytanych przez nas przedstawicieli automotive są główną składową szybkiego wzrostu sektora, nabrały wyjątkowego rozpędu w ubiegłym roku. Jak podaje Polska Agencja Inwestycji i Handlu (daw. Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych), motoryzacja w 2016 roku była najbardziej dynamicznym sektorem pod względem wartości zlokalizowanych w naszym kraju inwestycji zagranicznych, która wyniosła ponad 916 mln euro. Na taki urodzaj inwestycyjny liczą producenci motoryzacyjni także w tym roku, co jest jak najbardziej uzasadnione. Powoli zmienia się percepcja Polski. Projekty Daimlera, Toyoty i LG pokazują, że nie jesteśmy tylko montownią, lecz atrakcyjnym miejscem na inwestycje w nowe technologie, bo silniki to najbardziej zaawansowane rozwiązania. Polska między innymi wymieniana jest w gronie faworytów jako lokalizacja centrum logistycznego Mercedesa czy też fabryki Tesli - mówi Jacek Opala, dyrektor rozwoju sprzedaży w Exact Systems S.A.

JAKIE WIDZĄ PAŃSTWO MOŻLIWOŚCI ROZWOJU BRANŻY AUTOMOTIVE W PAŃSTWA KRAJU W CIĄGU NAJBLIŻSZYCH 3 LAT?



Polska inwestycjami stoi, Niemcy i Słowacja technologiami

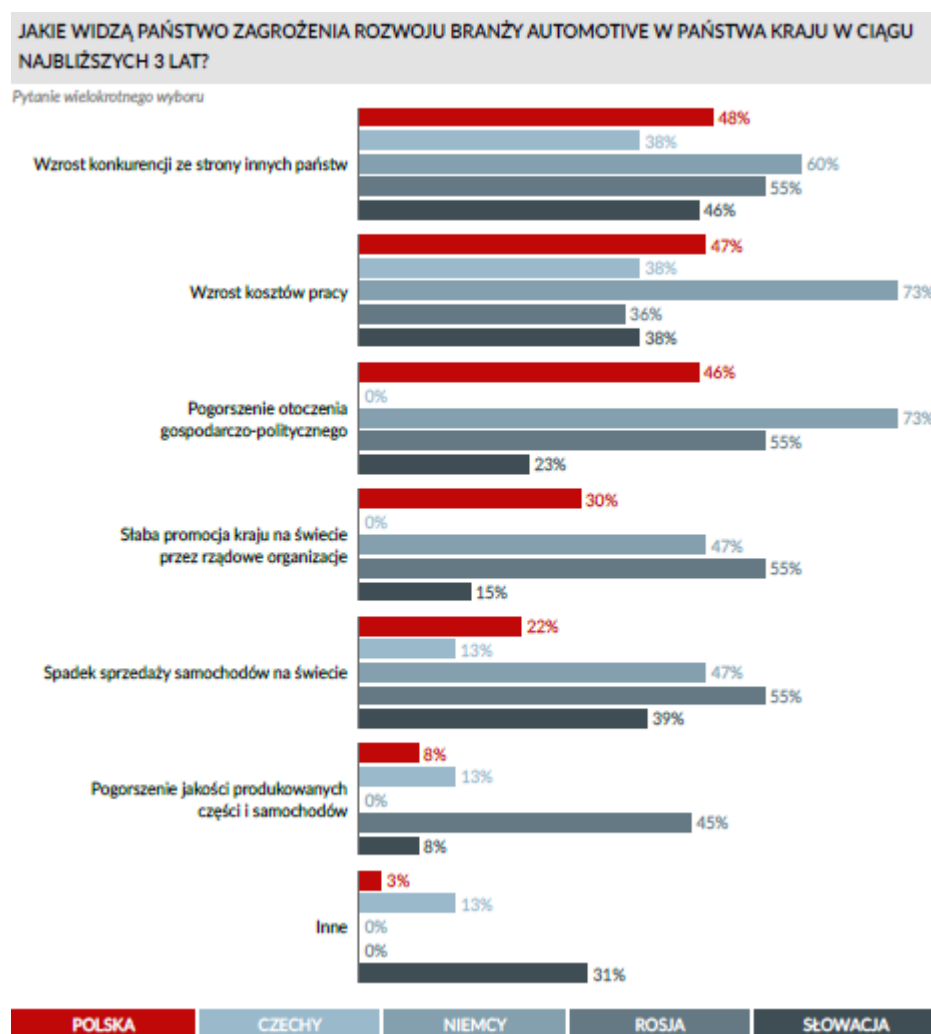
Z raportu „MotoBarometr 2016. Nastroje w automotive. Polska, Czechy, Niemcy, Rosja, Słowacja” największą szansę na rozwój motobranży w Polsce, przedstawiciele sektora widzą w produkcji nowych modeli aut (28 proc. odpowiedzi; 2015: 18 proc.) oraz w uruchomieniu nowego zakładu produkcyjnego (24 proc.). Dopiero na trzecim miejscu zostały wskazane nowe technologie (21 proc.). W ten czynnik rozwoju, w porównaniu do przedstawicieli kraju nad Wisłą, wierzą dużo bardziej przedstawiciele innych krajów europejskich. W Niemczech aż 53 proc., w Czechach zaś 44 proc. zapytanych to technologiczni optymiści i właśnie innowacyjność wymieniają jako najlepszą możliwość rozwoju sektora. Na Słowacji natomiast najwięcej osób liczy na uruchomienie nowego zakładu produkcyjnego (32 proc.) oraz poprawę jakości produkowanych wyrobów (32 proc.). Co ciekawe, przedstawiciele automotive w Rosji najczęściej mają nadzieję na produkcję w ich kraju nowego modelu samochodu (36 proc.).

- Wiara w inwestycje w naszym kraju to zapewne pochodna tego, że w ciągu ostatnich miesięcy dowiadaliśmy się o uruchomieniu nowych, bądź rozszerzeniu produkcji obecnych zakładów motoryzacyjnych o nowe linie produkcyjne. Odnosić tu należy chociażby otwarcie nowej fabryki samochodów dostawczych czy rozbudowę zakładu produkującego obecnie silniki hybrydowe o produkcję nowoczesnych przekładni do napędów hybrydowych. Sukcesy te są bez wątpienia efektem lat przygotowań i negocjacji. Oczywiście jest również, że w pobliżu dużych zakładów otwierają się firmy produkujące części i podzespoły dla przemysłu motoryzacyjnego, co wpływa na oszczędność kosztów transportu i skrócenie czasu realizacji zamówień – mówi Jakub Faryś, Prezes Polskiego Związku Przemysłu Motoryzacyjnego.

Konkurencja depcze nam po piętach

Konkurencja ze strony innych państw (48 proc.), wzrost kosztów pracy (47 proc.) oraz pogorszenie otoczenia gospodarczo-politycznego (46 proc.) to trzy główne czynniki mogące zahamować rozwój automotive w Polsce. Warto też podkreślić, że co trzeci ankietowany uważa, że rządowe organizacje zbyt słabo promują polskie atuty na świecie. W Niemczech natomiast aż trzy czwarte przedstawicieli automotive obawia się wzrostu kosztów pracy (73 proc.), podobnie w Czechach ten element zdaniem największej części respondentów jest zagrożeniem rozwoju motobranży w przyszłości (38 proc.). W Rosji ponad połowa respondentów zwraca uwagę na pogorszenie się otoczenia gospodarczo-politycznego, wzrost konkurencyjności innych państw oraz słabą promocję.

- Polska stała się modna wśród firm motoryzacyjnych, które poszukują nowych lokalizacji pod swoje fabryki. W regionie dysponujemy największą liczbą wykształconych pracowników, a naszym atutem paradoksalnie może też być brak własnej marki samochodu osobowego. Jednak musimy pamiętać, że bliskie nam rynki takie jak Czechy czy Słowacja stanowią silną konkurencję. Nie ma między nami dużych różnic kulturowych, a i te biznesowe bywają niewielkie. W tym kontekście bardzo ważne jest wsparcie instytucji rządowych, które powinny jeszcze silniej promować polską markę na arenie międzynarodowej motoryzacji – podsumowuje Jacek Opala, dyrektor rozwoju sprzedaży w Exact Systems S.A.



Źródło: