

KONGRES 590: Z czym zмага się polska motoryzacja?

data aktualizacji: 2017.11.17



O wzajemnym wspieraniu się, o dostępie do krajowego rynku i o roli innowacji. To trzy główne zagadnienia, jakie zostały poruszone wczoraj w Centrum Wystawienniczo-Kongresowym Województwa Podkarpackiego - G2A Arena w miejscowości Rzeszów-Jasionka, podczas Kongresu 590.

Przedmiotem dwóch paneli dyskusyjnych o motoryzacji były zagadnienia z jakimi na co dzień zmagają się polscy producenci części i komponentów samochodowych oraz wyzwania przed jakimi stoją. Uczestnicy tych dyskusji starali się usystematyzować możliwości pomocy dla rodzimych firm z branży motoryzacyjnej, aby mogły one rozwijać się jeszcze efektywniej. Tym bardziej, że aż 80% części produkowanych na potrzeby montażu nowych samochodów pochodzi od niezależnych producentów.

Ten potencjał branży zauważony został i uwzględniony w przygotowanej przez Ministerstwo Rozwoju Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju. Polska jest jednym z liderów w produkcji części i akcesoriów motoryzacyjnych, a ponad połowa tej produkcji trafia na eksport.

- Problemem jest jednak to, że polscy producenci, to często rodzinne, małe i średnie przedsiębiorstwa, które nie mają szans na konkurowanie z wielkimi koncernami. Większość produktów wytworzonych w Polsce jest sprzedawana i promowana pod markami zagranicznych producentów lub markami własnymi dystrybutorów. Polskie firmy najczęściej są tylko podwykonawcami, nie mając szans na budowanie własnych marek. To powoduje, że mają ograniczone możliwości własnego rozwoju - mówi Adam Sikorski, moderator paneli dyskusyjnych, Prezes Polskiej Grupy Motoryzacyjnej i jednocześnie Prezes PZL Sędziszów SA.

Poza fabrykami zagranicznych koncernów, siłę i konkurencyjność polskiej motoryzacji budują krajowi producenci części i komponentów motoryzacyjnych. Firmy te inwestują w rozwój technologii i linii produkcyjnych, w nowe produkty, w rozwój własnych sieci sprzedaży. Dzięki temu bardzo często oferują najwyższą światową jakość, za co są cenione przez swoich klientów. Mają jednak ograniczony dostęp do rynku – zarówno krajowego jak i zagranicznego. Branża, o której mówi się, że jest kołem zamachowym polskiej gospodarki, mogłaby się znacznie szybciej rozwijać, gdyby firmy chętniej się nawzajem wspierały, chętniej ze sobą współpracowały. Tymczasem w Polsce chociażby organizatorzy przetargów na części zamiennie nie zawsze doceniają wysoką jakość krajowej produkcji.

- Ponadto znaczącą rolę w budowaniu silnych polskich marek w Polsce i za granicą mogłyby odegrać polskie sieci dystrybucyjne. Jednak tego nie robią. Polskich producentów dopuszczają najchętniej tylko w roli alternatywy dla azjatyckich dostawców części, sprzedawanych pod swoimi markami własnymi. To jednak nie pozwala polskim fabrykom na budowanie swoich marek, na rozwój – wyjaśnia Adam Sikorski z PGM.

W trakcie obu debat poruszone zostały m.in. takie zagadnienia: Jak firmy polskie mogą wspierać siebie nawzajem? Jaka mogłaby być rola administracji publicznej i samorządów w rozwoju branży motoryzacyjnej? Jaką rolę powinni odgrywać Narodowi Czempioni oraz motoryzacyjne sieci dystrybucyjne w budowaniu polskich silnych marek części zamiennych? Dlaczego organizatorzy przetargów nie doceniają wysokiej jakości polskich części zamiennych? Jak wspierane przez nasze państwo inwestycje zagraniczne w Polsce mogłyby równocześnie pomagać rodzimym firmom? Jak rozwijać działalność B+R w przemyśle motoryzacyjnym? Jakie są efekty 1. edycji programu INNOMOTO i co warto zmienić w kolejnych? Jakimi jeszcze narzędziami (poza INNOMOTO) NCBiR może wspierać polskie firmy motoryzacyjne?

Organizatorem obu debat była Polska Grupa Motoryzacyjna.

Źródło: