

Local content w offshore - gotowość polskich przedsiębiorców do rozwoju morskiej energetyki wiatrowej

Departament Badań i Analiz
Maj 2023 r.



Szanowni Państwo,

mamy przyjemność oddać w Państwa ręce raport będący wynikiem badania zrealizowanego przez BGK na próbie polskich przedsiębiorców, których łączy to, że mogą być oni zainteresowani udziałem w budowie farm wiatrowych na Bałtyku.

Transformacja energetyczna jest jednym z kluczowych wyzwań, przed jakimi stoi światowa gospodarka. Ograniczenie wykorzystania paliw kopalnych w energetyce oraz sukcesywne podnoszenie udziału odnawialnych źródeł energii w miksie energetycznym to nie tylko priorytety polityczne Unii Europejskiej, ale przede wszystkim konieczność wynikająca z lektury raportów Międzynarodowego Zespołu ds. Zmian Klimatu i, jak się okazuje, również kwestia naszego bezpieczeństwa i niezależności. Morskie farmy wiatrowe mają istotną rolę do odegrania w tej transformacji, czego wyrazem jest fakt, że Komisja Europejska uczyniła z morskiej energetyki wiatrowej jeden z filarów swojego myślenia o europejskiej energetyce w nadchodzących dekadach.

Jak każdy projekt inwestycyjny tej skali, budowa farm wiatrowych na Bałtyku jest również ogromną szansą dla przedsiębiorców, którzy zdecydują się partycypować w tej inicjatywie. Jako bank rozwoju, BGK jest zainteresowany wspieraniem polskich przedsiębiorców, którzy podejmą się uczestniczenia w budowaniu morskich farm wiatrowych na polskich wodach terytorialnych. Z tego względu uznaliśmy, że celowe jest poznanie potrzeb, oczekiwań i perspektyw polskich firm działających w branżach, które mogą być zaangażowane w budowę wiatraków na Morzu Bałtyckim.

Wyniki wskazują, że jest to grupa niejednolita, różniąca się nie tylko planami i potrzebami, ale też stopniem świadomości i gotowości do udziału w budowie morskich farm wiatrowych.

Z wyrazami szacunku,

Mateusz Walewski

Główny Ekonomista

Dyrektor Departamentu Badań i Analiz

Bank Gospodarstwa Krajowego

1.	Perspektywy rozwoju morskiej energetyki wiatrowej w Polsce	7
2.	Świadomość i gotowość do zaangażowania	11
3.	Przewidywana rola w łańcuchach dostaw	16
4.	Niezbędne inwestycje	20
5.	Zakończenie	24
	Metodologia badania	26

1 Inicjatywa local content w offshore cieszy się **dużym zainteresowaniem wśród polskich przedsiębiorców działających w branżach, które potencjalnie mogłyby wziąć udział w budowie farm wiatrowych na Bałtyku**. Trzech na pięciu przedsiębiorców z tej grupy (61%) słyszało o inicjatywie, w tym większość z nich (66%) planuje swoje zaangażowanie albo nawet już są zaangażowani. W grupie, która nie słyszała o inicjatywie przed badaniem, ponad połowa respondentów (54%) widzi możliwość zaangażowania.

2 Grupa przedsiębiorców, którzy znają inicjatywę local content w offshore ale dopiero planują swoje zaangażowanie pod względem postawy przypomina raczej grupę podmiotów, które nie znały inicjatywy przed badaniem, ale widzą w niej dla siebie szansę, niż tych, którzy już są zaangażowani. Jeśli chodzi o charakterystykę, to bliżej im jednak do przedsiębiorstw, które są już zaangażowane. Może to świadczyć o tym, że **przedsiębiorcy, którzy znają inicjatywę i deklarują chęć zaangażowania znajdują się na wczesnym etapie planowania**. Nie posiadają jeszcze pełnej wiedzy i strategii działania.

3 Zwiększenie zaangażowania polskiego biznesu w inicjatywę wymagałoby przede wszystkim dostępu do preferencyjnego finansowania dla **wykonawców** (opinia 68% znających inicjatywę i zaangażowanych) oraz preferencji podatkowych. Wydaje się jednak, że **wielu przedsiębiorców potrzebuje również działań informacyjnych i konsultacyjnych**. Świadczą o tym wysokie udziały odpowiedzi „trudno powiedzieć” oraz zauważalne różnice między strukturami odpowiedzi tych, którzy są już zaangażowani w budowę morskich farm wiatrowych (mają doświadczenie) oraz tymi, którzy dopiero planują swój udział lub tylko dostrzegają taką możliwość.

4 Blisko połowa (48%) przepytanych przedsiębiorców, którzy wyrażają jakiegokolwiek zainteresowanie inicjatywą local content w offshore twierdzi, że mogłaby zaangażować się w dostarczanie turbin. Blisko dwie trzecie (63%) widzi dla siebie przestrzeń na rynku związanym z produkcją i dostarczaniem innych części elektrowni. Najmniejsze zainteresowanie dotyczy fazy projektowej (9%) oraz fazy eksploatacyjnej (7%).

5 Biorąc pod uwagę to, że ogólna wartość 10-letniego projektu inwestycyjnego w morskie farmy wiatrowe na Bałtyku wyniesie wedle zapowiedzi, 130 mld PLN, **odsetek zamówień trafiających do polskich przedsiębiorców może sięgnąć od 27% do 74% w zależności od rozpatrywanego rynku**. Polscy przedsiębiorcy mogliby zrealizować 27% usług związanych z instalacją morskich farm wiatrowych (w tym 4% przedsiębiorcy już zaangażowani) oraz 74% zamówień związanych z produkcją innych niż turbiny części do elektrowni (w tym 7% podmioty już zaangażowane w inicjatywę).

6 Duża część przedsiębiorców działających w branżach, które potencjalnie mogłyby wziąć udział w budowie polskich morskich farm wiatrowych nie dostrzega potrzeby wprowadzania istotnych zmian w swojej działalności (58% w całej próbie zainteresowanych i 47% w grupie tych, którzy znają inicjatywę i się w nią już angażują). Jeśli dodać do tego respondentów, którzy są niezdecydowani, to odsetek tych, którzy zamierzają wprowadzić jakieś zmiany w swojej działalności spada do 15% w całej próbie i 37% wśród podmiotów, które już są zaangażowane.

9%

przebadanych firm z sektorów, które potencjalnie mogą brać udział w budowie morskich farm wiatrowych jest już zaangażowanych w inicjatywę

74%

rynku obejmującego produkcję innych części do elektrowni wiatrowych mogłyby pokryć polskie firmy, tylko 31% przypada jednak na firmy już zaangażowane albo planujące zaangażowanie

52%

firm objętych badaniem planuje zaangażowanie w budowę farm wiatrowych na Bałtyku lub widzi możliwość swojego zaangażowania w inicjatywę

58%

przedsiębiorców uważa, że bieżąca skala i zakres ich działalności są wystarczające, aby zaangażować się w budowę morskich farm wiatrowych; wśród już zaangażowanych brak potrzeby zmian zgłasza 47%

48%

respondentów deklaruje gotowość do dostarczania elementów turbin, a 63% widzi możliwość produkcji innych niż turbiny elementów farm wiatrowych

7%

przedsiębiorców biorących udział w badaniu twierdzi, że zaangażowanie w inicjatywę local content w offshore będzie wymagało od nich realizacji jakiejś inwestycji

16%

przedsiębiorców obecnie zaangażowanych w budowę morskich farm wiatrowych przyjmuje rolę bezpośredniego wykonawcy; podmioty planujące zaangażowanie tylko w 4% chcą pełnić taką rolę

80%

inwestycji planowanych w ramach przygotowania do realizacji inicjatywy local content w offshore będzie polegać na modernizacji istniejącej infrastruktury

49%

rynku związanego z dostawą turbin do elektrowni wiatrowych na Bałtyku mogłyby zostać pokryte przez polskich przedsiębiorców

45%

badanych przedsiębiorców uważa, że preferencyjne rozwiązania finansowe dla wykonawców są najlepszym sposobem popularyzacji inicjatywy local content w offshore

Próba badawcza

Badanie zostało zrealizowane na próbie firm, których profil działalności wskazywał na to, że mogą być one potencjalnie zainteresowane udziałem w budowie farm wiatrowych na morzu. Firmy zostały wytypowane poprzez wybór kodów PKD, które sugerowały możliwość zaangażowania danej branży w proces budowy farm wiatrowych. Dodatkowo, wybierano jedynie firmy, których obroty przekraczały 100 mln PLN. Wyniki badania nie są więc reprezentatywne dla całej populacji polskich przedsiębiorców, dość dobrze opisują jednak postawę i plany firm, które mają największą szansę na faktyczne zaangażowanie w budowę morskich farm wiatrowych na Bałtyku.

Spośród zrealizowanych wywiadów (247) wykluczono respondentów, którzy zadeklarowali działalność w branżach niepowiązanych w żaden sposób (i niemożliwych do powiązania) z procesem budowy farm wiatrowych na morzu.

Ostateczna liczba respondentów to 216, większość stanowią firmy duże (N=103) oraz średnie (N=93). Respondenci byli zlokalizowani w 16 województwach.

Więcej informacji o metodologii badania można znaleźć w załączniku metodologicznym na końcu raportu.

Etapy budowy farm wiatrowych

Jedno z pytań zadanych przedsiębiorcom w ankiecie dotyczyło produktów lub usług, które byliby oni gotowi dostarczać w ramach zaangażowania w inicjatywę local content w offshore. W celu analizy tych odpowiedzi wyszczególniono cztery główne etapy procesu budowy farm wiatrowych

na morzu, które podzielono na szereg bardziej szczegółowych działań (podkategorie). Osobno traktowano fazę eksploatacyjną następującą po zakończeniu budowy farm (niektóre przedsiębiorstwa lokalizowały swoje zaangażowanie w tej fazie). Przykładowe odpowiedzi zaklasyfikowane do poszczególnych etapów:

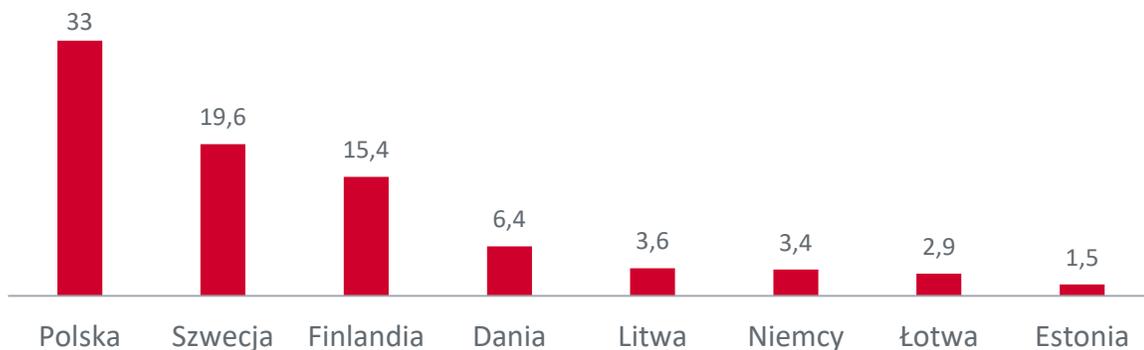
- **Faza projektowa** – ekspertyzy, pomiary, działalność projektowa, doradztwo podatkowe i prawne, przygotowanie dokumentacji.
- **Dostawa turbin** (podkategorie: **gondola, wirnik/łopaty, wieża**) – elementy konstrukcji stalowych, komponenty wykonane ze stali, odlewy wielkogabarytowe, śmigła, łożyska do turbin wiatrowych, przekładnie i napędy elektryczne, automatyka, elementy hydrauliki siłowej, osprzęt elektroinstalacyjny, barierki, podesty.
- **Pozostałe części elektrowni** (podkategorie: **kable, fundamenty, stacje transformatorowe**) – stacje transformatorowe na lądzie i wodzie, przetwornice, falowniki, prostowniki, linie kablowe i napowietrzne, przewody przemysłowe, elementy i prefabrykаты żelbetowe, beton komórkowy.
- **Instalacja** (podkategorie: **montaż fundamentów, układanie kabli, port konstrukcyjny, instalacja morskiej stacji trafo, montaż turbin**) – prace z zakresu budownictwa energetycznego, budowa infrastruktury energetycznej, usługi portowe, montaż i spawanie konstrukcji stalowych morskich i lądowych, transport, prace podwodne i wodne transportowe.
- **Faza eksploatacyjna** – systemy monitoringu i nadzoru farmy, serwis, budowa jednostek obsługujących farmy wiatrowe.

1.

**Perspektywy rozwoju
morskiej energetyki
wiatrowej w Polsce**

Udział morskiej energetyki wiatrowej w całkowitej produkcji energii w Polsce może wynosić nawet 57% w 2040 roku

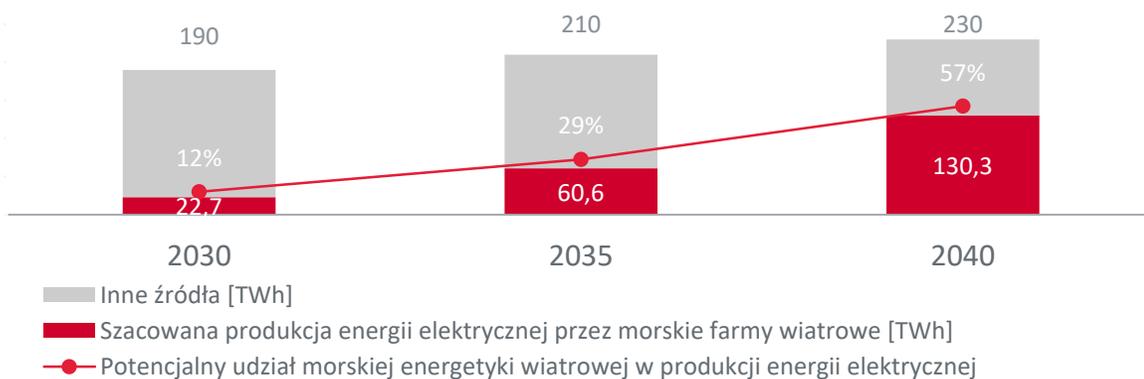
Rys. 1. Potencjał morskiej energetyki wiatrowej w krajach bałtyckich do 2050 roku [GW]¹



1 – Dane dla Polski dotyczą roku 2040.

Źródło: Polskie Stowarzyszenie Energetyki Wiatrowej, Swedish Agency for Marine and Water Management

Rys. 2. Prognozy dotyczące produkcji energii elektrycznej w Polsce [TWh] oraz udziału morskiej energetyki wiatrowej [%]



Źródło: Polskie Stowarzyszenie Energetyki Wiatrowej

8,4 GW

to moc aktualnie rozwijanych projektów morskiej energetyki wiatrowej w Polsce

Morska energia wiatrowa ma odegrać kluczową rolę w dekarbonizacji światowych dostaw energii. Komisja Europejska przyjęła tę technologię jako jeden z filarów swojej strategii energetycznej i jeden ze strategicznych celów Europejskiego Zielonego Ładu. Według unijnych prognoz moc zainstalowana morskiej energetyki wiatrowej w Europie może osiągnąć 60 GW do 2030 roku i 300 GW do 2050 roku.

Zdaniem Wind Europe i Polskiego Stowarzyszenia Energetyki Wiatrowej Polska ma największy potencjał rozwoju morskiej energetyki wiatrowej spośród wszystkich krajów basenu Morza Bałtyckiego, do 2040 roku może on sięgnąć 33 GW.

33 GW

to szacunkowy potencjał mocy morskiej energetyki wiatrowej w Polsce do 2040 roku (jest to odpowiednik 130 TWh)

Budowa morskich farm wiatrowych na Morzu Bałtyckim odegra kluczową rolę w rozwoju polskiej gospodarki. Krajowe firmy związane bezpośrednio lub pośrednio z sektorem zyskają nowe możliwości rozwoju. Pozwoli to na rozwój rynku pracy – według szacunków liczba nowych miejsc pracy może wynieść nawet 100 tysięcy. Dodatkowo, zgodnie z szacunkami EY, wartość dodana brutto dla polskiej gospodarki, wynikająca z budowy morskich farm wiatrowych, wyniesie 178 mld PLN w fazie rozwoju oraz 46 mld PLN rocznie w fazie operacyjnej.

Większość projektów polskiej energetyki wiatrowej na morzu, które są w toku, to projekty realizowane ze wsparciem państwa

Tab. 1. Projekty morskiej energetyki wiatrowej realizowane w I fazie

Projekt	Podmioty zaangażowane i ich udział w projekcie	Moc (GW)
Baltica 2/ Baltica 3	PGE/ Orsted (50%/50%)	2,55
MFW Bałtyk II/ MFW Bałtyk III	Equinor/ Polenergia (50%/50%)	1,44
Baltic Power	PKN ORLEN/ Northland Power (51%/49%)	1,20
B Wind/ C Wind	EDPR/Engie (50%/50%)	0,37
FEW Baltic II	RWE	0,35
Łączna moc projektów realizowanych w I fazie:		5,9 GW

Źródło: URE i spółki zaangażowane w inicjatywę

Aby zachęcić inwestorów do podjęcia się budowy morskich farm wiatrowych w Polsce, przewidziane zostały mechanizmy wsparcia realizowanych projektów.

Wytwórcy energii elektrycznej z morskich farm wiatrowych, którzy zostaną dopuszczeni do systemu wsparcia, uzyskają prawo do pokrycia ujemnego salda w ramach tzw. kontraktu różnicowego (CfD). Oznacza to gwarancję pokrycia różnicy pomiędzy aktualną rynkową ceną energii, a ceną zapewniającą wytwórcom pokrycie kosztów wytwarzania energii elektrycznej na morzu.

Obecnie przewidziano dwie fazy wsparcia dla budowy morskich elektrowni wiatrowych w tym systemie. Łączny wolumen energii wytwarzanej ze wsparciem ma wynieść 10,9 GW. Zakłada się jednak, że energia elektryczna z morskich farm wiatrowych będzie produkowana również poza systemem wsparcia.

Faza I

Projekty morskiej energetyki realizowane w fazie I mają docelowo osiągnąć łączną moc wynoszącą 5,9 GW.

Projekty w tej fazie zostały już wybrane, a inwestorzy deklarują, że daty uruchomienia

kolejnych morskich elektrowni wiatrowych będą przypadać na lata 2025-2027.

W ramach fazy I prawo do wsparcia otrzymały podmioty, które złożyły wnioski w pierwszej kolejności oraz planowały realizację projektu, który mieścił się w zakresie obszarów określonych w załączniku do ustawy o promowaniu wytwarzania energii elektrycznej w morskich farmach wiatrowych.

Faza II

Projekty przewidywane na fazę II mają mieć łączną moc sięgającą 5 GW.

Projekty zostaną wybrane w wyniku konkurencyjnych aukcji. Do rozpoczęcia każdej aukcji konieczne jest zgłoszenie się co najmniej 3 podmiotów. Aukcję wygra ten uczestnik, który zadeklaruje najniższą cenę wytwarzanej energii.

Przewiduje się, że aukcje zaplanowane na fazę II będą realizowane w 2025 (2,5 GW) i 2027 roku (2,5 GW).

W porozumieniu sektorowym przyjęto, że poziom local content w projektach realizowanych w I fazie wyniesie 20-30%, a w tych z fazy II wzrośnie do 45-50%

We wrześniu 2021 roku podpisane zostało porozumienie sektorowe dla rozwoju morskiej energetyki wiatrowej w Polsce. W dokumencie postawiono konkretne cele dotyczące udziału polskich firm (tzw. local content) w inwestycjach infrastrukturalnych realizowanych w pierwszej fazie budowy farm wiatrowych na Morzu Bałtyckim.

Według porozumienia udział local content ma wynosić 20-30% łącznej wartości inwestycji realizowanych w I fazie budowy morskich farm wiatrowych na Bałtyku. Udział ten dotyczy zarówno projektów planowanych na fazę przedrealizacyjną, fazę instalacyjną, jak i eksploatacyjną. Warto jednak odnotować, że na obecnym etapie udział ten jest oceniany przez polskich przedsiębiorców jako trudny do osiągnięcia. Natomiast w przypadku projektów, które będą realizowane w kolejnej fazie udział local content zaplanowano na 45-50%.

Największymi beneficjentami budowy morskich farm wiatrowych w Polsce może być m.in. przemysł stoczniowy, stalowy i metalowy. Dodatkowo mogą skorzystać również firmy usługowe oraz serwisowo-instalacyjne. Polskie Towarzystwo Morskiej Energetyki Wiatrowej wymienia w sumie ponad 300 firm w Polsce, które mogą uczestniczyć w łańcuchu dostaw farm wiatrowych na Bałtyku. Część firm już realizuje kontrakty dla branży offshore za granicą, inne dopiero planują wejść na ten rynek.

Urząd Regulacji Energetyki udostępnił w maju 2021 roku plany łańcuchów dostaw materiałów i usług na rzecz budowy morskich farm wiatrowych w fazie I. Przy projektach:

- **Baltica 2 i 3** – inwestorzy określili możliwość podpisania umów z ok. 54 lokalnymi dostawcami,
- **MFV Bałtyk II/MFV Bałtyk III** – inwestorzy poinformowali, że współpracą zainteresowanych jest ok. 80 podwykonawców (udział local content może wynieść średnio 23-38%),
- **Baltic Power** – inwestorzy nie byli w stanie określić konkretnie łańcucha dostaw, ponieważ projekt był w trakcie analiz wyników badania polskiego rynku,
- **B Wind/C Wind** – inwestorzy szacowali poziom local content na 20-25% z możliwością zmiany w trakcie projektu,

- **FEW Baltic II** – wykonawca oszacował możliwość podpisania z lokalnymi poddostawcami ponad 100 umów na budowę i usługi.

Plany te bazowały na wnioskach o objęcie wsparciem, złożonych przez przedsiębiorców. Według ustawy o promowaniu wytwarzania energii elektrycznej w morskich farmach wiatrowych z dnia 17 grudnia 2020 roku (Dz.U. z 2021 r. poz. 234) inwestorzy mieli obowiązek dostarczenia zaktualizowanych planów łańcuchów dostaw w terminie 18 miesięcy od złożenia wniosków o objęcie wsparciem. Maksymalny termin składania wniosków upłynął 31 marca 2021 roku, a więc inwestorzy musieli złożyć już również ewentualne aktualizacje planów. Ustawa nie przewiduje jednak obowiązku udostępnienia zaktualizowanych łańcuchów dostaw, więc szczegółowe informacje zawarte w planach inwestorów mogą nie zostać nigdy ujawnione.

300

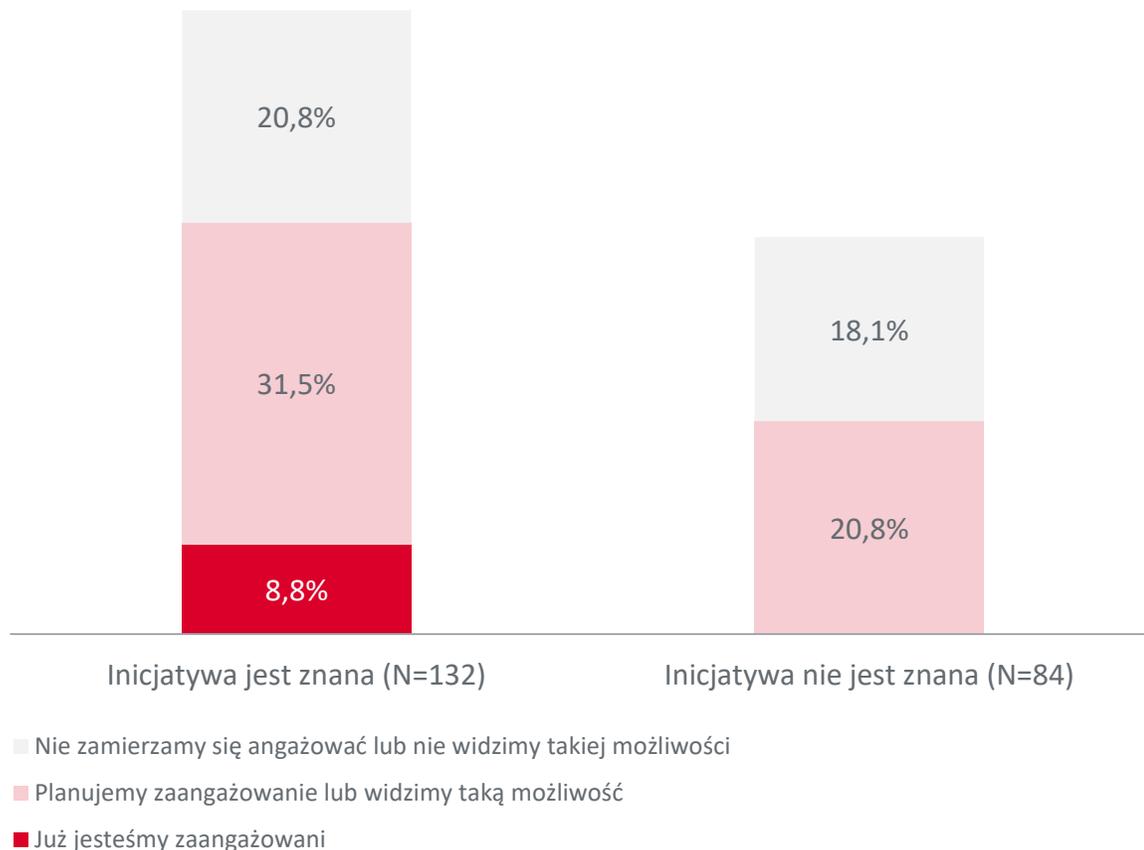
polskich firm może być zainteresowanych udziałem w procesie budowy farm wiatrowych na Bałtyku (według szacunku Polskiego Towarzystwa Energetyki Wiatrowej)

2.

**Świadomość i gotowość
do zaangażowania**

61% ankietowanych przedsiębiorców jest zaangażowanych w budowę morskich farm wiatrowych, planuje zaangażowanie lub widzi możliwość zaangażowania

Rys. 3. Znajomość inicjatywy a perspektywy zaangażowania (udział w całej próbie)



W grupie przedsiębiorców, którzy jeszcze przed realizacją badania ankietowego słyszeli o inicjatywie local content w offshore, już blisko dwie trzecie bierze udział w budowie morskich farm wiatrowych na Bałtyku albo przygotowuje się do takiego zaangażowania (stanowią oni 40,3% całej próby).

Może wydawać się, że nieco mniejszy entuzjazm dotyczy przedsiębiorców, którzy przed badaniem nie słyszeli o inicjatywie – w tej grupie tylko niecałe 54% ankietowanych podmiotów dostrzega dla siebie możliwość zaangażowania w budowę farm wiatrowych na morzu. Należy jednak założyć, że świadomość istnienia inicjatywy local content w offshore prawdopodobnie cechuje głównie przedsiębiorców proaktywnie szukających nowych obszarów biznesowych albo takich, którzy ze względu na dotychczasową działalność znajdują się bliżej całej inicjatywy. Jeżeli weźmiemy to pod uwagę, to okaże się, że wśród podmiotów, które mają mniejszą potrzebę zmian i dlatego dotychczas nie słyszały o inicjatywie local content w offshore, i tak znajduje się dość duża grupa firm, które potencjalnie mogłyby znaleźć dla siebie miejsce w procesie budowy farm wiatrowych. Te podmioty potrzebują prawdopodobnie w pierwszej kolejności informacji i wsparcia

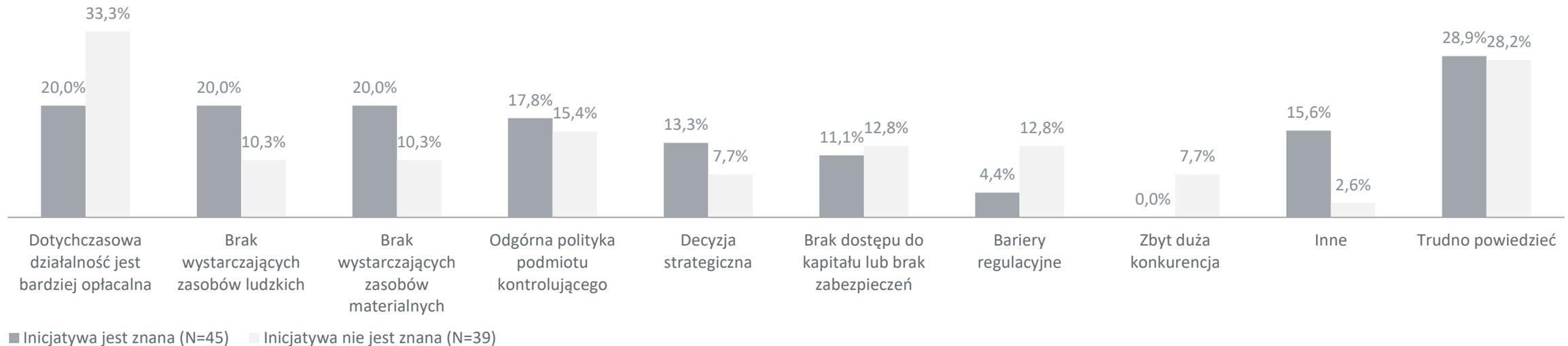
w rzetelnej ocenie swoich biznesowych perspektyw.

W grupie podmiotów, które słyszały o inicjatywie local content w offshore około 14% stanowią firmy, które już są aktywnie zaangażowane w proces budowy farm wiatrowych na polskim morzu (to 8,8% całej próby). Ta grupa przedsiębiorców znalazła już dla siebie miejsce w procesie i zorganizowała zasoby niezbędne do swojego zaangażowania. Można więc przypuszczać, że w tej chwili oczekuje przede wszystkim stabilizacji warunków i ochrony przed nieoczekiwanymi zaburzeniami. Ewentualne zewnętrzne finansowanie może służyć tej grupie przede wszystkim do skalowalności działalności.

Największego wsparcia mogą obecnie potrzebować podmioty, które co prawda słyszały wcześniej o inicjatywie local content, ale dopiero planują swoje zaangażowanie. W tej grupie znajdują się z pewnością przedsiębiorcy, którzy są w trakcie dostosowywania swojej działalności do nowych wyzwań związanych z udziałem w budowie farm wiatrowych na Bałtyku, ale zapewne też takie, które są dopiero na etapie szacowania opłacalności swojego zaangażowania.

Przedsiębiorcy nieznający inicjatywy przeszacowują znaczenie kosztów alternatywnych zaangażowania, niedoszacowują zaś kosztów zasobów

Rys. 4. Główne przyczyny braku zaangażowania



Każdy respondent miał możliwość wyboru maksymalnie trzech możliwości.

Ciekawe wnioski płyną z analizy przyczyn, stojących za decyzjami o braku zaangażowania w inicjatywę local content w offshore. Za miarodajne należy uznać przede wszystkim opinie przedsiębiorców, którzy zadeklarowali wcześniejszą znajomość inicjatywy – te podmioty miały okazję zdobyć niezbędne informacje, oszacować koszty ewentualnego zaangażowania i potencjalne korzyści, jakie może ono przynieść. Opinie podmiotów, które nie znały wcześniej inicjatywy zapewne stanowią na tym tle częściej wyraz intuicji niż pogłębionej analizy.

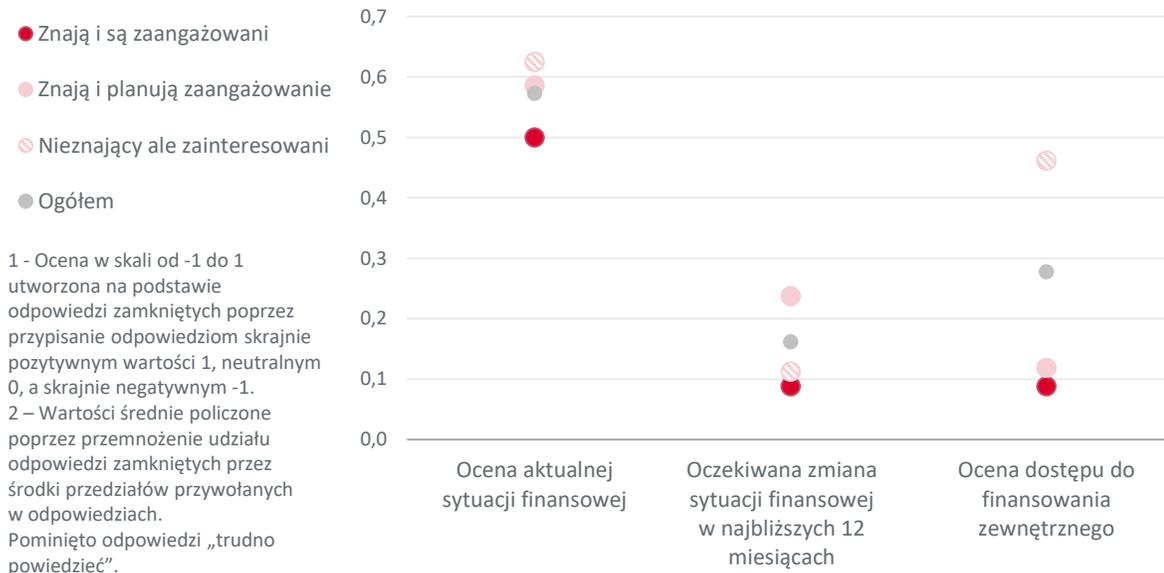
Najważniejszą przyczyną stojącą za brakiem decyzji o zaangażowaniu w budowę farm wiatrowych na morzu jest przekonanie o tym, że dotychczasowa działalność firmy jest bardziej opłacalna. Warto w tym miejscu zauważyć, że przedsiębiorcy, którzy znają inicjatywę local content w offshore ale dopiero planują swoje zaangażowanie, mają dużo większy problem z oszacowaniem

znaczenia tej działalności w docelowej strukturze swoich przychodów niż przedsiębiorcy, którzy są już zaangażowani (odpowiedzi „trudno powiedzieć” zaznaczyło odpowiednio 40% i 21% podmiotów w tych grupach). Innymi słowy, opłacalność zaangażowania w inicjatywę local content w offshore jest trudna do oszacowania nawet dla wielu przedsiębiorców, którzy są już wstępnie zorientowani w tym obszarze. To oznacza, że część podmiotów, które nie znały inicjatywy i które twierdzą, że zaangażowanie byłoby dla nich nieopłacalne może dokonywać błędnej oceny.

20% podmiotów, które znają inicjatywę local content twierdzi, że problemem jest brak wystarczających zasobów ludzkich. Taki sam odsetek twierdzi, że problemem są zasoby materiałowe (obie odpowiedzi często wskazywały zresztą te same podmioty). Zasoby wydają się mniejszym problemem w ocenie podmiotów nieznających inicjatywy.

Przedsiębiorcy już zaangażowani w inicjatywę offshore to podmioty średniej wielkości, oceniające swoją sytuację mniej pozytywnie niż inne firmy z próby

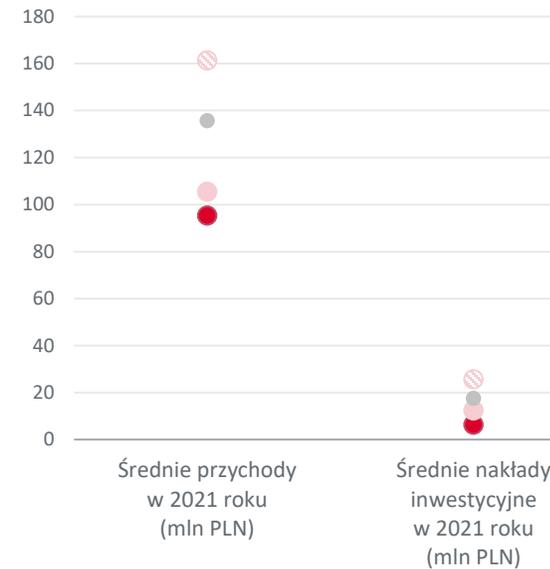
Rys. 5. A: Ocena sytuacji i perspektywy finansowych¹



Tylko 26% firm, które są już zaangażowane w budowę morskich farm wiatrowych to podmioty duże, ale aż 68% stanowią firmy średnie. Dla porównania, w całej próbie firmy duże stanowiły 48%, a średnie 43%. Znajduje to odzwierciedlenie w średnich wartościach przychodów i nakładów inwestycyjnych – w obu przypadkach firmy, które już są zaangażowane znajdują się wyraźnie poniżej całej próby. Firmy z tej grupy są jednak dość często niezależne, duża część charakteryzuje się wyłącznie polskim kapitałem (58%). Wśród podmiotów już zaangażowanych w inicjatywę local content w offshore znajdują się więc głównie średniej wielkości polscy przedsiębiorcy, którzy w swoim zaangażowaniu mogą upatrywać szansy na poprawę sytuacji biznesowej.

Grupa podmiotów, które dopiero planują swoje zaangażowanie ocenia swoją sytuację finansową wyraźnie lepiej niż przedsiębiorcy już zaangażowani. Co ciekawe, grupa ta jest podobna do

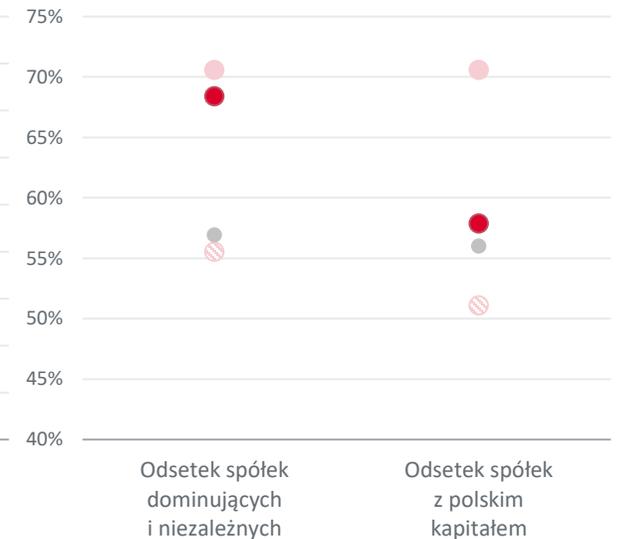
B: Wielkość firmy²



przedsiębiorców zaangażowanych pod względem średniej wartości przychodów i nakładów inwestycyjnych, znacznie więcej jest w niej jednak firm dużych (43%). Niemal równie często są to podmioty niezależne albo dominujące w grupie, częściej są to też podmioty z wyłącznie polskim kapitałem (71%). Można domniemywać, że ze względu na wielkość tych firm, decyzje strategiczne zapadają w nich nieco wolniej. Z drugiej strony, lepsze warunki finansowe sprawiają, że konieczność szukania nowych perspektyw biznesowych nie jest dla tych firm tak nagląca.

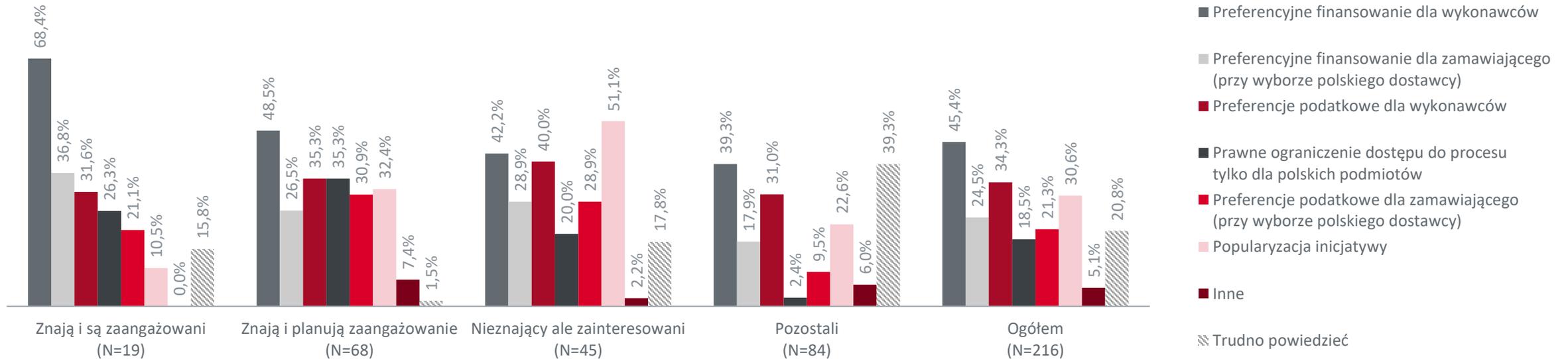
Podmioty, które nie znały dotychczas inicjatywy local content w offshore ale widzą w niej dla siebie szansę, to przedsiębiorstwa wyraźnie większe (58% to firmy duże) o znacznie lepszym dostępie do finansowania zewnętrznego. Choć 51% z nich to firmy z wyłącznie polskim kapitałem, aż 33% deklaruje też brak kapitału polskiego w strukturze własnościowej.

C: Pozycja i własność kapitału



Preferencyjne rozwiązania finansowe dla wykonawców są najczęściej wymienianym sposobem popularyzacji inicjatywy local content w offshore

Rys. 6. Ocena potencjalnych sposobów zwiększenia zaangażowania w inicjatywę w ocenie przedsiębiorców



Każdy respondent miał możliwość wyboru maksymalnie trzech możliwości.

Ponad dwie trzecie (68,4%) ankieterowanych podmiotów, które są już zaangażowane w budowę farm wiatrowych na morzu, twierdzi że najlepszym sposobem popularyzacji inicjatywy local content w offshore jest zapewnienie wykonawcom atrakcyjnych sposobów finansowania. Warto odnotować, że było to najpopularniejsze rozwiązanie również w grupie podmiotów, które mają w planach zaangażowanie w budowę farm wiatrowych na morzu, choć jeszcze nie podjęły w tym kierunku działań (48,5%) oraz w grupie tych, które nie planują swojego zaangażowania (39,3%). Tylko w grupie podmiotów, które przed badaniem nie słyszały o inicjatywie local content w offshore, a które, jak się okazuje, mogą być potencjalnie zainteresowane zaangażowaniem, bardziej popularnym rozwiązaniem była po prostu promocja inicjatywy (51,1%).

Wśród najczęściej wskazywanych rozwiązań, które mogłyby skłonić polskich przedsiębiorców do

udziału w budowaniu farm wiatrowych na morzu w ogóle najczęściej wskazywane były propozycje związane z preferencyjnym finansowaniem lub preferencjami podatkowymi.

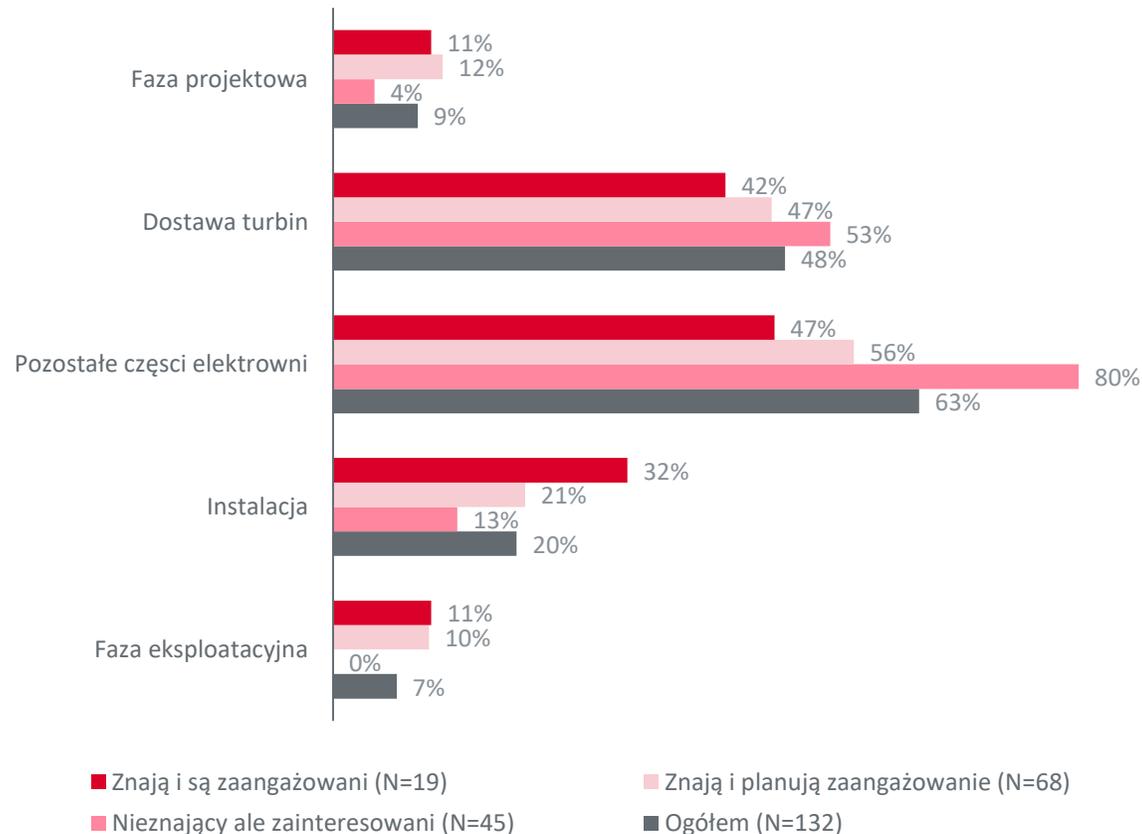
Z drugiej strony, dość ograniczoną popularnością cieszą się rozwiązania regulacyjne. Twarde prawne ograniczenia dostępu do procesu dla zagranicznych przedsiębiorców wydają się dobrym pomysłem blisko co piątemu respondentowi (18,5%). Może to wynikać z faktu, że niektórym przedsiębiorcom prawdopodobnie trudno jest wyobrazić sobie skuteczne funkcjonowanie tego typu regulacji na wspólnym europejskim rynku. Dla porządku należy dodać, że kwestie legislacyjne kryją się również częściowo za kategorią „inne” – kilku przedsiębiorców wykorzystało tę odpowiedź, żeby zwrócić uwagę na potrzebę zapewnienia stabilnego i jasnego prawa.

3.

**Przewidywana rola
w łańcuchach dostaw**

Połowa podmiotów zainteresowanych inicjatywą deklaruje chęć dostarczania elementów turbin, a ponad 60% innych części elektrowni wiatrowych

Rys. 7. Deklarowane zaangażowanie różnych grup przedsiębiorców w poszczególne etapy produkcji morskich farm wiatrowych



Odpowiedzi nie sumują się do 100% bo każdy przedsiębiorca mógł zgłosić gotowość dostarczania produktów i usług, które zostały przypisane do więcej niż jednego etapu budowy morskich farm wiatrowych.

Niezależnie od świadomości i stopnia aktualnego zaangażowania w inicjatywę local content w offshore, polscy przedsiębiorcy faktycznie i potencjalnie zaangażowani w inicjatywę widzą dla siebie podobne perspektywy partycypacji w łańcuchu produkcji farm wiatrowych na Bałtyku. Około połowa podmiotów deklaruje, że mogłyby one dostarczać części składowe do turbin, a ponad 60% zgłasza gotowość dostarczania innych części elektrowni. 20% zainteresowanych widzi dla siebie szansę na zaangażowanie na etapie instalacji. Przedsiębiorcy, którzy są gotowi uczestniczyć w budowie morskich farm wiatrowych w fazie projektowej lub fazie eksploatacyjnej stanowią w poszczególnych grupach zwykle około 10% respondentów.

Na tym tle na uwagę zasługuje kilka obserwacji odstających. Przedsiębiorcy, którzy są już zaangażowani w inicjatywę local content w offshore relatywnie częściej deklarują swój udział na etapie instalacji (32% wobec 20% w ogólnej próbie zainteresowanych), a rzadko w ramach dostarczania elementów turbin (42% wobec 48% w próbie ogółu zainteresowanych) i części innych niż turbiny (47% wobec 63% w próbie ogółu zainteresowanych).

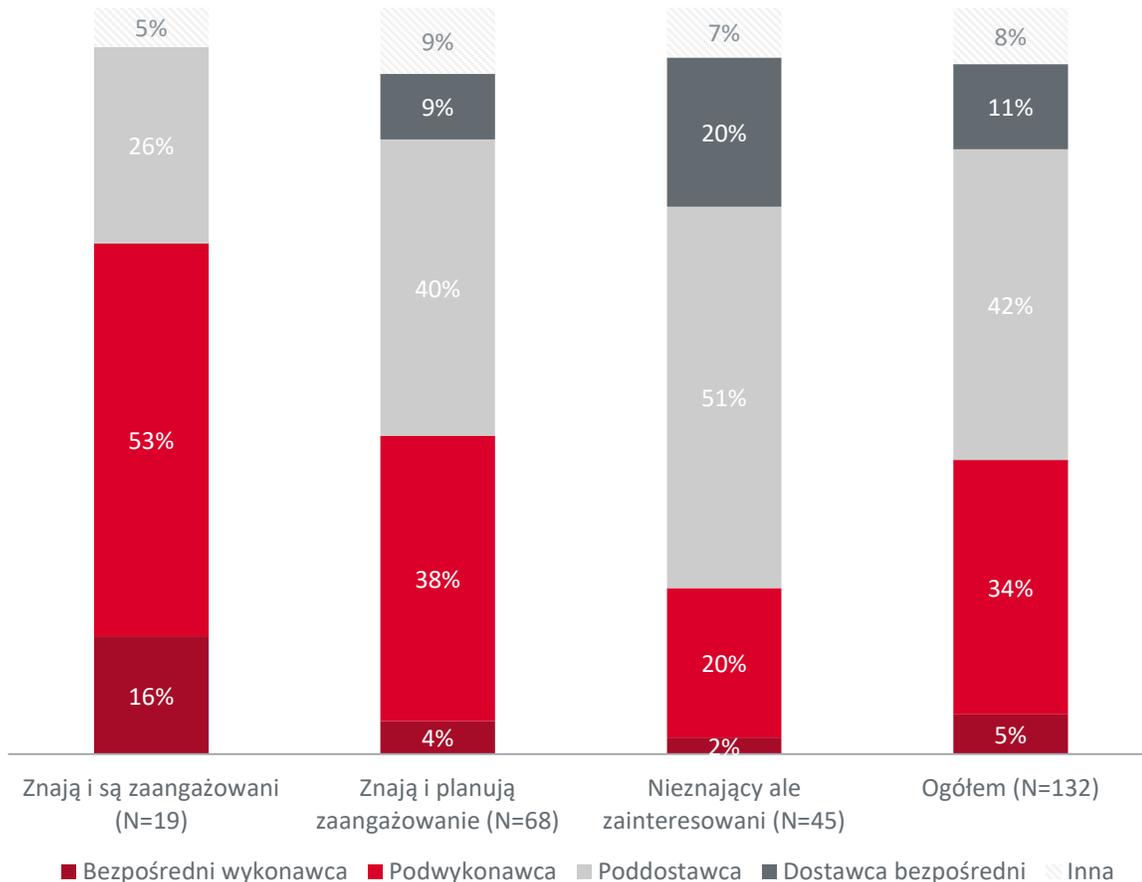
Wśród podmiotów nieznających inicjatywy przed badaniem szczególnie dużo przedsiębiorców deklaruje gotowość

dostarczania innych niż turbiny elementów elektrowni wiatrowych (80% wobec 63% w całej próbie zainteresowanych), a względnie niewielu widzi swoje zaangażowanie przy instalacji (13% wobec 20% w próbie ogółu zainteresowanych), w fazie projektowej (4% wobec 9%) oraz w fazie eksploatacyjnej (0% wobec 7%). Podmioty nieznające inicjatywy przed badaniem ale widzące w niej dla siebie szansę są więc w pewnym sensie dopełnieniem podmiotów już zaangażowanych.

Warto dodać, że różnice między podmiotami zaangażowanymi i tymi, które nie znają inicjatywy, ale są nią zainteresowane, zachodzą również na niższym poziomie. Przykładowo, tylko podmioty nieznające wcześniej inicjatywy zgłaszają, że potencjalnie byłyby w stanie produkować gondole do turbin (11%). Przedsiębiorcy z tej grupy częściej deklarują też, że mogliby ewentualnie dostarczać kable niezbędne do budowy morskich farm wiatrowych (11% wobec 5% w ogólnej próbie). Wśród podmiotów tych blisko połowa jest również gotowa zaangażować się w tworzenie fundamentów pod wiatraki (49%) – to wyraźnie więcej niż w ogólnej próbie (35%). Grupa podmiotów nieznających wcześniej inicjatywy generalnie deklaruje szerszy zakres zaangażowania niż podmioty znające inicjatywę wcześniej.

70% przedsiębiorców obecnie zaangażowanych w inicjatywę local content w offshore pełni funkcję podwykonawców lub wykonawców bezpośrednich

Rys. 8. Role w łańcuchu produkcji morskich farm wiatrowych deklarowane przez przedsiębiorców



Biorąc pod uwagę deklaracje dotyczące etapów budowy morskich farm wiatrowych, na których respondenci widzą swoje zaangażowanie, nie dziwi, że grupa przedsiębiorców, którzy są aktualnie zaangażowani w inicjatywę local content w offshore składa się przede wszystkim z podwykonawców (53%). Stosunkowo licznie reprezentowani są również bezpośredni wykonawcy (16% przy 5% w ogólnej próbie zainteresowanych inicjatywą local content w offshore). Grupa podmiotów znających inicjatywę i zaangażowanych to podmioty względnie często zaangażowane w instalację farm wiatrowych, relatywnie rzadko zainteresowane dostarczaniem elementów turbin lub innych części składowych wiatraków.

W grupie przedsiębiorców znających inicjatywę ale dopiero planujących swoje zaangażowanie pojawiają się bezpośredni dostawcy (9%), a grupa poddostawców jest znacznie liczniejsza (40%). Wśród podmiotów, które przed badaniem nie znały inicjatywy local content w offshore ale są nią potencjalnie zainteresowane udział ewentualnych bezpośrednich dostawców rośnie jeszcze bardziej (do 20%), podobnie jak udział poddostawców (51%). Koresponduje to z większą liczbą przedsiębiorców zainteresowanych dostarczaniem turbin lub

innych części składowych morskich farm wiatrowych.

Zaobserwowane różnice pomiędzy grupą przedsiębiorców już zaangażowanych oraz grupą podmiotów nieznaną dotychczas inicjatywy local content w offshore, ale wyrażających zainteresowanie zaangażowaniem mogą wynikać z dwóch podstawowych przyczyn. Po pierwsze, na obecnym etapie realizacji projektu budowy morskich farm wiatrowych mogą być potrzebne firmy oferujące nieco inne usługi i produkty niż te, które będą istotne w przyszłości. Po drugie, grupa przedsiębiorców nieznaną wcześniej inicjatywy prawdopodobnie różni się znacząco od grupy podmiotów zaangażowanych poziomem świadomości i wiedzy o rynku. Może to oznaczać, że odpowiedzi podmiotów nieznaną wcześniej inicjatywy wyrażają raczej ich wyobrażenia o procesie produkcji morskich farm wiatrowych niż przemyślane deklaracje co do potencjalnego zaangażowania.

Deklaracje respondentów wskazują, że mogliby oni pokryć około 34% zamówień związanych z budową farm wiatrowych na Bałtyku

Tab. 2. Rozkład kosztów inwestycji pomiędzy różne etapy projektu

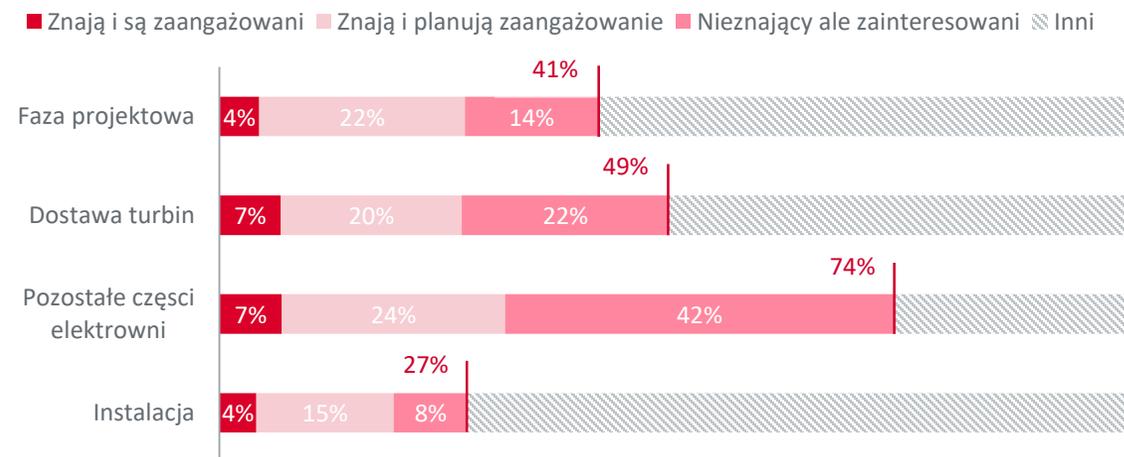
	Etap projektu	Szacunkowy udział etapu w kosztach inwestycji
	Faza projektowa	5%
	Dostawa turbin	40%
	Dostawa pozostałych części elektrowni	30%
	Instalacja	25%

Całkowita wartość inwestycji: 130 mld PLN

Jeżeli przyjmiemy, że budowa farm wiatrowych na Bałtyku to inwestycja, która przez najbliższe 10 lat pochłonie około 130 mld PLN, to możemy oszacować, że udział polskich przedsiębiorców w realizacji tego projektu może wynosić od 27% do 74% w zależności od etapu. Szacunki te obejmują jednak nie tylko przedsiębiorców, którzy już dziś są zaangażowani w inicjatywę local content w offshore, ale również tych którzy swoje zaangażowanie dopiero planują albo nawet nie słyszeli dotychczas o inicjatywie, ale deklarują wstępne zainteresowanie udziałem w budowie farm wiatrowych na Bałtyku.

Przykładowo, przyjmując, że dostawa turbin pochłonie około 40% całej wartości projektu, możemy oszacować, że przedsiębiorcy, którzy już dziś są zaangażowani w inicjatywę local content w offshore pokrywają około 7% tego rynku. Jeżeli dodać do tego przedsiębiorców, którzy dopiero

Rys. 9. Szacunkowe pokrycie rynków przez respondentów ankiety BGK



Szacunki nie obejmują fazy eksploatacji ze względu na to, że rynek ten nie jest objęty całkowitą wartością inwestycji.

planują swoje zaangażowanie, udział rośnie do 27%. Kolejne 22% rynku mogliby teoretycznie pokryć przedsiębiorcy, którzy nie znali dotychczas inicjatywy, ale widzą w niej dla siebie szansę. Szacunki te opierają się na deklaracjach przedsiębiorców co do sposobu zaangażowania w inicjatywę (produkt lub usługa, które mogłyby być dostarczane), deklarowanych rocznych przychodów oraz przewidywanego udziału przychodów z budowy morskich farm wiatrowych w całkowitych przychodach.

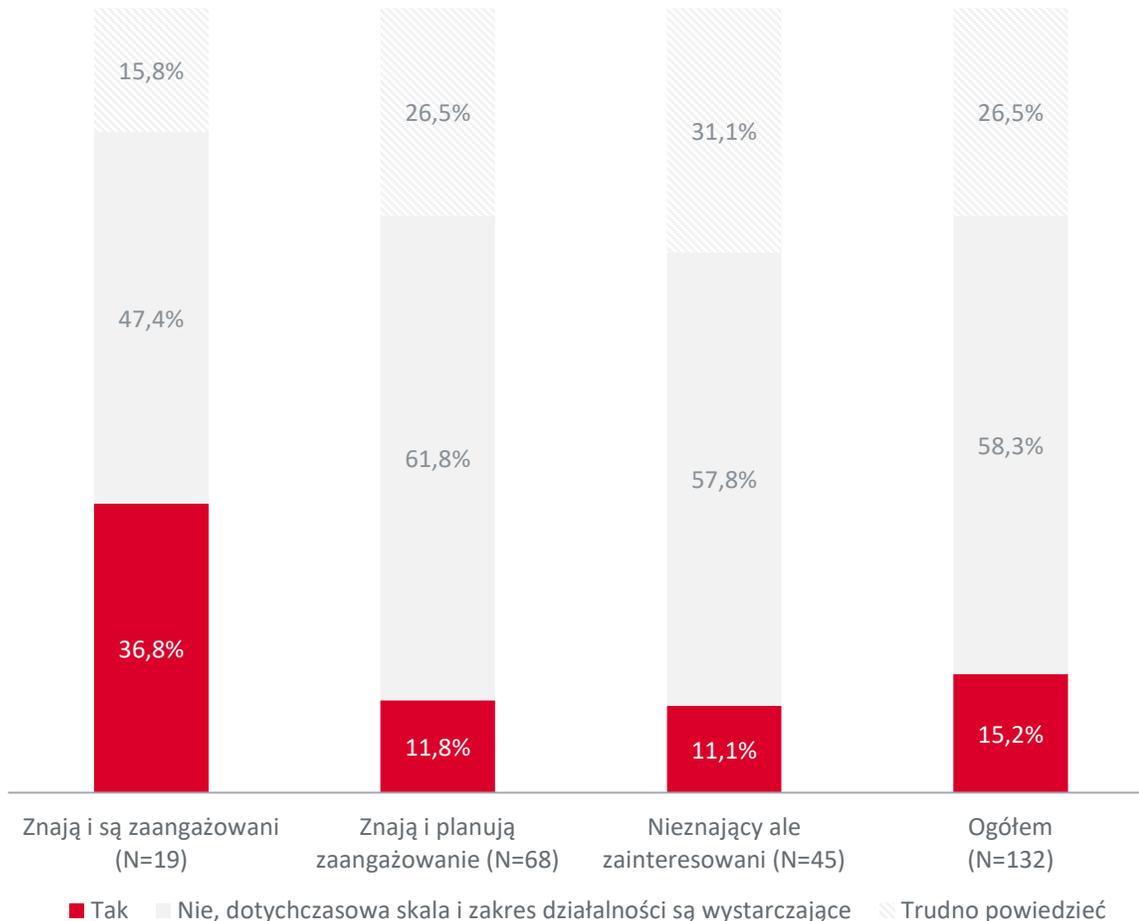
Co istotne, szacunki te należy uznać za konserwatywne, przede wszystkim dlatego, że badanie nie obejmowało całej populacji przedsiębiorców, którzy mogliby być zainteresowani inicjatywą local content w offshore.

4.

Niezbędne inwestycje

58% zainteresowanych podmiotów uważa, że bieżąca skala i zakres ich działalności są wystarczające, aby zaangażować się w inicjatywę local content

Rys. 10. Konieczność wprowadzenia zmian w razie zaangażowania w inicjatywę



Co dziewiąty przedsiębiorca (11,8%), który zna inicjatywę local content w offshore i planuje się w nią zaangażować uważa, że będzie to od niego wymagało wprowadzenia pewnych zmian w prowadzonej działalności. Podobny odsetek przedsiębiorców przewiduje konieczność dostosowania swojego biznesu w grupie tych, którzy nie znali dotychczas inicjatywy, ale uważają, że mogliby się w nią zaangażować.

Również odsetek odpowiedzi „trudno powiedzieć” jest w obu grupach podobny. Oznacza to, że przedsiębiorcy, którzy co prawda znają inicjatywę, ale dopiero planują swoje zaangażowanie generalnie przypominają (przynajmniej w zakresie oceny koniecznych dostosowań) przedsiębiorców, którzy nie znali inicjatywy przed badaniem, ale widzą w niej dla siebie szansę.

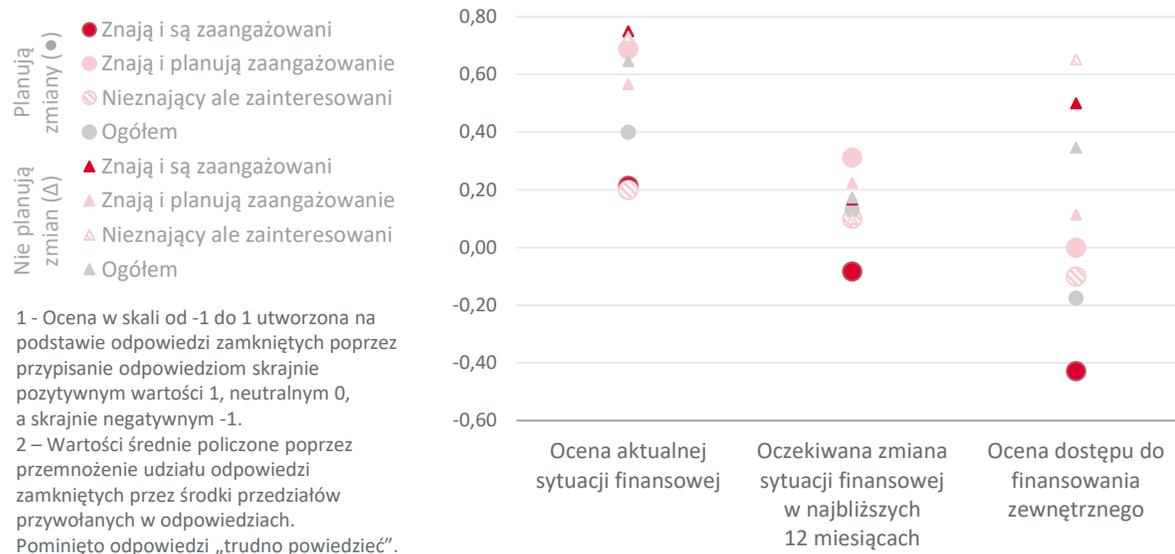
Wydaje się jednak, że obie te grupy nie doszacowują konieczności wprowadzenia zmian. Odsetek respondentów, którzy twierdzą, że dostosowanie dotychczasowej działalności jest niezbędne, aby sprostać oczekiwaniom rynkowym, wynosi w grupie przedsiębiorców już zaangażowanych w budowę morskich farm ponad jedną trzecią. Jest to wynik znacznie wyższy niż w grupach

respondentów, którzy nie są jeszcze zaangażowani w inicjatywę.

Wszyscy przedsiębiorcy, którzy dostrzegają, że zaangażowanie w inicjatywę local content w offshore wymaga wprowadzenia pewnych zmian w prowadzonej działalności podobnie często wskazują na potrzebę realizacji nowej inwestycji (75%), zwiększenie zatrudnienia (70%) oraz nawiązanie nowej współpracy z innymi podmiotami (60%). Można jednak ostrożnie stwierdzić, że przedsiębiorcy niezaangażowani jeszcze w inicjatywę (zarówno znający jak i nieznający jej przed badaniem) nieco rzadziej niż ci zaangażowani deklarują, że ewentualne zaangażowanie będzie wymagało od nich nawiązania współpracy z nowymi poddostawcami. Takie deklaracje padają częściej wśród przedsiębiorców, którzy już są zaangażowani w inicjatywę i deklarują konieczność wprowadzenia zmian.

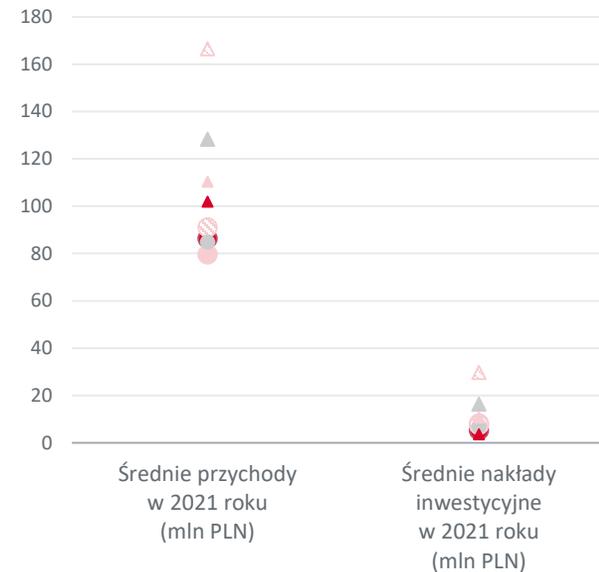
Firmy, które przewidują, że zaangażowanie w inicjatywę będzie wymagało wprowadzenia zmian, oceniają swoją sytuację relatywnie gorzej

Rys. 11. A: Oceny sytuacji i perspektyw finansowych firm w których konieczne są zmiany przed przystąpieniem do inicjatywy oraz w tych, które zmian nie potrzebują¹



Podmioty, które deklarują, że zaangażowanie w inicjatywę local content będzie wymagało od nich dokonania pewnych zmian w zakresie prowadzonej działalności (oznaczane na wykresie przez punkty), to podmioty które oceniają swoją sytuację finansową i perspektywy jej rozwoju zauważalnie gorzej niż podmioty, które nie dostrzegają potrzeby wprowadzania żadnych zmian (oznaczane jako trójkąty). Dotyczy to niemal wszystkich respondentów, którzy planują zmiany (niezależnie od aktualnego stopnia zaangażowania i znajomości inicjatywy), ale najmniej optymistycznych ocen dokonują podmioty, które planują zmiany, znają już inicjatywę local content i są w nią zaangażowane. Pewnym wyjątkiem może być tu grupa respondentów planujących zmiany i dopiero przygotowujących się do zaangażowania w inicjatywę – ocena aktualnej sytuacji finansowej i perspektyw na najbliższe miesiące jest w ich przypadku równie dobra (a czasem nawet lepsza), co w przypadku podmiotów nieplanujących żadnych zmian.

B: Wielkość firmy²



C: Pozycja i własność kapitału



Da się zaobserwować duże różnice w ocenie sytuacji finansowej pomiędzy podmiotami, które są już zaangażowane w inicjatywę local content w offshore i które planują zmiany oraz tymi, które są zaangażowane ale nie planują zmian. Wśród podmiotów już zaangażowanych występuje grupa firm, które oceniają swoją sytuację wyraźnie gorzej i to te firmy deklarują konieczność dokonania zmian w zakresie swojej działalności. Podobną prawidłowość da się dostrzec w grupie podmiotów nieznających inicjatywy, ale wyrażających wstępne zainteresowanie zaangażowaniem.

Podmioty planujące zmiany są również przeciętnie mniejsze niż podmioty, które nie deklarują potrzeby wprowadzenia żadnej zmiany. Są to również częściej podmioty z polskim kapitałem. Jest wśród nich relatywnie mniej podmiotów niezależnych lub zajmujących pozycję dominującą w swoich grupach kapitałowych.

Inwestycje, jakie mają zamiar realizować przedsiębiorcy to najczęściej modernizacja istniejącej infrastruktury lub budowa nowej infrastruktury

7%

przedsiębiorców biorących udział w badaniu twierdzi, że zaangażowanie w inicjatywę local content w offshore będzie wymagało od nich realizacji jakiejś inwestycji

Wśród przedsiębiorców, którzy dostrzegają konieczność wprowadzenia zmian w swojej działalności, 75% planuje realizację inwestycji. Odsetek ten jest względnie stabilny niezależnie od tego, z jaką grupą respondentów mamy do czynienia. Należy jednak zaznaczyć, że odsetek przedsiębiorców zamierzających zrealizować inwestycje w związku ze swoim zaangażowaniem (aktualnym lub planowanym) w inicjatywę local content w offshore to zaledwie 7% w całej próbie oraz 11% w grupie tych, którzy wyrażają jakiegokolwiek zainteresowanie udziałem w budowie morskich farm wiatrowych. Realizacja inwestycji jest tylko jednym z typów zmian, jakie przedsiębiorcy rozważają.

Co ciekawe, przedsiębiorcy częściej planują inwestycje polegające na modernizacji istniejącej infrastruktury niż budowę nowej (80% wobec 33%). Może to jednak wynikać z tego, że przedsiębiorcy, którzy są już zaangażowani w proces budowy morskich farm wiatrowych, mają niezbędne inwestycje w nową infrastrukturę za sobą. Z drugiej strony, ci którzy w ogóle nie znali inicjatywy przed badaniem, ale są nią wstępnie zainteresowani, mogą nie mieć jeszcze wszystkich istotnych informacji, które pozwoliłyby ocenić możliwości obecnie posiadanych linii produkcyjnych.

Niezależnie od grupy respondentów około połowa przewiduje konieczność opracowania nowego produktu lub produktu o zmienionych parametrach na potrzeby udziału w procesie budowy farm wiatrowych. To potwierdza, że polscy przedsiębiorcy, którzy biorą udział w inicjatywie local content w offshore albo zamierzają się w nią zaangażować to przede wszystkim podmioty bez dużego doświadczenia w energetyce wiatrowej. Warto w tym miejscu zaznaczyć, że duża część podmiotów, które deklarują, że nie zamierzają angażować się w inicjatywę local content w offshore, zaznaczając odpowiedź „inne” w pytaniu o przyczynę swojej decyzji, wskazywała właśnie

na brak know-how i doświadczenia.

Warto uzupełnić, że przedsiębiorcy, którzy planują już swoje inwestycje na ogół zamierzają rozpocząć je jeszcze w pierwszej połowie 2023 roku, a ich horyzont to na ogół jeden rok. Mediana wielkości tych inwestycji według deklaracji przedsiębiorców to 5 mln PLN.

80%

przedsiębiorców planujących inwestycje nie ubiegało się jeszcze o kredyt, który mógłby posłużyć sfinansowaniu projektu

Przedsiębiorcy, którzy w celu zaangażowania się w inicjatywę local content w offshore planują realizację inwestycji, zamierzają w dużej mierze finansować swoje projekty z pożyczek i kredytów bankowych. 80% respondentów planujących inwestycje wymienia tę formę finansowania wśród instrumentów, z których chcą skorzystać. Biorąc pod uwagę strukturę deklarowanego miks finansowania oraz zapowiadaną wielkość poszczególnych inwestycji, pożyczki i kredyty

powinny odpowiadać za około 52% wartości wszystkich planowanych inwestycji.

Co ważne, zdecydowana większość przedsiębiorców, którzy mają w planach realizację inwestycji, nie ma jeszcze za sobą próby pozyskania kredytu na ten cel (80%).

Ponad jedna piąta inwestycji ma być sfinansowana ze środków europejskich, a jeśli dodać do tego również dotacje ze środków publicznych, to udział instrumentów bezzwrotnych sięga blisko 30%. Po środki europejskie oraz dotacje zamierza sięgnąć połowa przedsiębiorców realizujących inwestycje.

Choć środki własne są równie popularne (60% inwestorów wymienia je w planowanym miksie), to mają one służyć sfinansowaniu zaledwie 12% wartości całych inwestycji. Jeszcze mniej popularnymi rozwiązaniami są pożyczki właścicielskie i dokapitalizowanie.

5.

Zakończenie

Wśród 216 przedsiębiorców, którzy zostali objęci naszym badaniem, podmioty, które są już zaangażowane w budowę morskich farm wiatrowych na Bałtyku to tylko niecałe 9% grupy. Blisko jedna trzecia (32%) to podmioty, które znają inicjatywę local content w offshore i planują się w nią zaangażować. Kolejne 21% to przedsiębiorcy, którzy co prawda nie znali dotychczas inicjatywy, ale widzą szansę na swoje zaangażowanie w przyszłości.

Budowa farm wiatrowych na Bałtyku będzie wymagała zaangażowania wielu podmiotów działających w różnych branżach. Ze względu na brak doświadczenia i know-how pewne etapy budowy farm będą musiały zostać zrealizowane przez wyspecjalizowane firmy zagraniczne. Warto jednak, aby możliwie duża część zamówień służyła rozwojowi firm lokalnych. Według szacunków około 34% zamówień mogłoby zostać zrealizowane przez respondentów badania BGK.

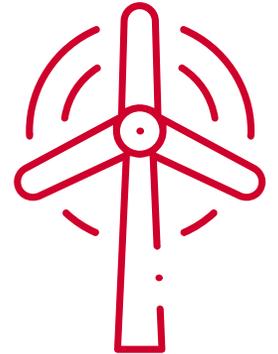
Trzy główne grupy naszych respondentów to przedsiębiorcy o odmiennych perspektywach i świadomości.

Podmioty, które są **obecnie zaangażowane** w inicjatywę local content w offshore oceniają swoją sytuację finansową nieco gorzej niż dwie pozostałe grupy, patrzą też w najbliższą przyszłość nieco mniej optymistycznie. Są to również firmy nieco mniejsze niż podmioty dopiero planujące swoje zaangażowanie i wyraźnie mniejsze niż podmioty nieznające dotychczas inicjatywy, ale widzące w niej dla siebie szansę. Są to też podmioty w przeważającej mierze niezależne lub dominujące w grupie. Prawie 37% podmiotów z tej grupy twierdzi, że zaangażowanie w inicjatywę local content w offshore wymaga od nich wprowadzenia pewnych zmian w działalności - to wyraźnie więcej niż w przypadku dwóch pozostałych wymienionych grup. Podmioty już zaangażowane stosunkowo często uczestniczą w etapie instalacji morskich farm wiatrowych, a rzadko w dostawie turbin lub innych elementów elektrowni. Ze względu na to, że jest to grupa nieliczna, a jej członkowie to podmioty stosunkowo małe, może ona pokryć od 4% do 7% poszczególnych rynków związanych z budową morskich farm wiatrowych. Biorąc pod uwagę tę charakterystykę, można wywnioskować, że podmioty już zaangażowane to firmy, dla których inicjatywa local content w offshore stanowi próbę nowego otwarcia i poprawy swojej dotychczasowej sytuacji. Grupa ta obejmuje przede wszystkim podwykonawców, stosunkowo dużo jest w niej też bezpośrednich wykonawców a mało jest producentów poszczególnych elementów składowych elektrowni.

Przedsiębiorcy, którzy **dopiero planują swoje zaangażowanie** to firmy patrzące w przyszłość najbardziej optymistycznie, choć nie różnią się istotnie od tych już zaangażowanych pod względem wielkości, dostępu do finansowania zewnętrznego i poziomu niezależności. Również pod względem deklarowanego zakresu zaangażowania grupa tych podmiotów przypomina podmioty już zaangażowane. Co prawda, nieco więcej jest w niej przedsiębiorców zainteresowanych dostawą turbin i dostawą innych części elektrowni, a mniej takich, którzy chcieliby zaangażować się na etapie instalacji, różnice te nie są jednak znaczące. Przedsiębiorcy zaliczeni do tej grupy mogą pokryć od 15% (w przypadku instalacji) do 24% poszczególnych rynków powstałych w związku z budową farm wiatrowych na Bałtyku. Wynika to z faktu, że choć grupa ta obejmuje podmioty dość małe, to jest ona liczna. Co ciekawe, w grupie tej jest stosunkowo mało podmiotów (12%), które przewidują konieczność wprowadzenia zmian w swojej dotychczasowej działalności w celu udziału w inicjatywie. Przypominają w tym zakresie podmioty, które nie znają dotychczas inicjatywy local content w offshore. Można powiedzieć, że grupa ta przypomina strukturalnie grupę podmiotów już zaangażowanych, ale pod względem świadomości często bliżej jej do tych podmiotów, które przed badaniem nie znają inicjatywy local content w offshore.

Podmioty, które **nie znają dotychczas inicjatywy local content w offshore, ale są nią zainteresowane** to firmy największe, najlepiej oceniające swoją sytuację, z najlepszym dostępem do finansowania zewnętrznego i wyraźnie powiązane z podmiotami zagranicznymi. Przedsiębiorcy z tej grupy stosunkowo często planują swoje zaangażowanie w dostawy komponentów turbin, a bardzo często (na tle pozostałych grup) też innych części elektrowni. W tej grupie jest stosunkowo mało podmiotów planujących swoje zaangażowanie w fazie projektowej i w trakcie instalacji farm wiatrowych. Ze względu na to, że w grupie tej znajdują się największe podmioty, grupa ta ma duży potencjał jeśli chodzi o udział w poszczególnych rynkach (zwłaszcza w przypadku rynku pozostałych części elektrowni – prognozowany udział sięga aż 42%). Wydaje się, że grupa ta obejmuje przedsiębiorców o stosunkowo dużych możliwościach, którzy nie byli dotychczas zaangażowani i zainteresowani budową morskich farm wiatrowych ze względu na strategiczny kierunek rozwoju podjęty w grupie.

Metodologia badania



Cel badania

Celem badania była ocena potencjału polskich przedsiębiorców do zaangażowania w proces budowy morskich farm wiatrowych na Bałtyku.

Cel ten został realizowany poprzez:

- zbadanie poziomu świadomości przedsiębiorców (znajomość inicjatywy local content w offshore);
- zbadanie aktualnego poziomu zaangażowania oraz perspektyw ewentualnego zaangażowania w przyszłości;
- ocenę możliwości pokrycia łańcucha dostaw związanego z budową farm wiatrowych na Bałtyku przez polskie firmy.

Metoda badawcza

Badanie ilościowe na próbie firm, których profil działalności wskazywał na to, że firma może być potencjalnie zainteresowana udziałem w budowie farm wiatrowych na morzu. Firmy zostały wytypowane poprzez wybór kodów PKD, które sugerowały możliwość zaangażowania danej branży w proces budowy farm wiatrowych. Dodatkowo, wybierano jedynie firmy o obrotach

przekraczających 100 mln PLN.

Techniki badawcze

Badanie zrealizowano techniką CAWI (*Computer Assisted Web Interview*) z użyciem dedykowanego oprogramowania. Samodzielnie ankietę uzupełniło 131 podmiotów, natomiast 116 respondentów skorzystało z pomocy doradcy BGK.

Próba badawcza

Spośród zrealizowanych wywiadów wykluczono respondentów, którzy zadeklarowali działalność w branżach niepowiązanych w żaden sposób (i niemożliwych do powiązania) z procesem budowy farm wiatrowych na morzu.

Ostateczna liczba respondentów to 216, większość stanowią firmy duże (N=103) oraz średnie (N=93). Respondenci byli zlokalizowani w 16 województwach.

Realizacja badania

Badanie zostało zrealizowane w okresie od października 2022 do lutego 2023 roku.

Autorzy raportu:

Adam Piłat

Menedżer Zespołu ds. Analiz Strategicznych i Programowych

adam.pilat@bgk.pl

Dominika Dziwulska

Specjalistka ds. Analiz Strategicznych i Programowych

dominika.dziwulska@bgk.pl

Rafał Boguszewski

Menedżer ds. Badań Społecznych i Ewaluacji

rafal.boguszewski@bgk.pl

Mateusz Walewski

Główny Ekonomista, Dyrektor Departamentu Badań i Analiz

mateusz.walewski@bgk.pl

Marcin Terebelski

Dyrektor Programu Rozwój Przemysłu

marcin.terebelski@bgk.pl

Maciej Dalecki

Dyrektor Biura Branży Produkcyjnej i Medycznej

maciej.dalecki@bgk.pl

Filip Romanowski

Menedżer ds. Analiz Branżowych

filip.romanowski@bgk.pl

Grzegorz Dzimiera

Starszy Specjalista ds. Analiz Branżowych

grzegorz.dzimiera@bgk.pl

Jan Słonina

Specjalista ds. Analiz Branżowych

jan.slonina@bgk.pl

Niniejsza publikacja (dalej: „Publikacja”) stanowi utwór i jest prawnie chroniona zgodnie z ustawą z 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Powielanie bądź publikowanie w jakiegokolwiek formie niniejszej Publikacji, w całości lub w części, lub wykorzystywanie materiału do własnych opracowań celem publikacji, bez pisemnej zgody Banku, jest zabronione.

Publikacja zawiera wyłącznie informacje ogólne, w związku z tym nie stanowi ona świadczenia przez Bank Gospodarstwa Krajowego jakichkolwiek usług, w szczególności rekomendacji, analizy biznesowej, finansowej, porady inwestycyjnej, podatkowej, prawnej, lub innego typu. Publikacja nie stanowi również oferty w rozumieniu kodeksu cywilnego.

Niniejsza Publikacja wyraża wiedzę oraz poglądy autorów według stanu na moment jej

sporządzenia. Publikacja została sporządzona na podstawie informacji dostępnych publicznie w momencie jej sporządzenia, danych posiadanych przez Bank lub pozyskanych ze źródeł wiarygodnych dla Banku aktualnych na moment jej sporządzenia i nie będzie podlegać aktualizacji. Bank nie gwarantuje kompletności, prawdziwości lub dokładności danych źródłowych.

Bank nie ponosi odpowiedzialności za ewentualne decyzje, w tym decyzje inwestycyjne, czy działania podjęte na podstawie niniejszej Publikacji ani za jakiegokolwiek szkody poniesione przez jakąkolwiek osobę w wyniku takich decyzji czy działań.

Bank Gospodarstwa Krajowego z siedzibą w Warszawie, Al. Jerozolimskie 7, 00-955 Warszawa; Infolinia: 801 598 888, +48 22 599 8888 e-mail: bgk@bgk.pl