

Spis treści

| | |
|--|-----------|
| 1. Koncepcja metody badawczej i organizacji procesu badawczego | 6 |
| 1.1. Wykaz użytych skrótów | 6 |
| 1.2. Cele badania | 6 |
| 1.3. Zakres badania | 7 |
| 1.4. Logika przebiegu badania | 8 |
| 1.5. Założenia ogólnej koncepcji badawczej – triangulacja źródeł danych, badaczy i metod badawczych | 10 |
| 1.6. Powiązanie metod i technik badawczych z grupami docelowymi | 10 |
| 1.7. Opis zastosowanych metod i technik badawczych | 11 |
| 1.7.1. Analiza danych zastanych (desk research) | 11 |
| 1.7.2. Analiza danych statystycznych | 11 |
| 1.7.3. Wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny (CATI) | 12 |
| 1.7.4. Ankieta inwentaryzacyjna | 17 |
| 1.7.5. Indywidualne wywiady pogłębione realizowane tradycyjnie (IDI) lub telefonicznie (ITI) | 18 |
| 1.7.6. Analiza porównawcza | 20 |
| 1.7.7. Studia przypadków | 20 |
| 1.7.8. Panel ekspertów | 21 |
| 1.8. Matryca powiązań szczegółowych zadań z metodami i technikami badawczymi | 24 |
| 2. Analiza dokumentów strategicznych w kontekście rozwoju gospodarczego województwa lubuskiego.. | 35 |
| 2.1. Analiza dokumentów strategicznych | 35 |
| 2.1.1. Program Rozwoju Przedsiębiorstw do 2020 roku (wraz z przeglądem Krajowych Inteligentnych Specjalizacji) | 35 |
| 2.1.2. Strategia Rozwoju Polski Zachodniej do roku 2020 | 36 |
| 2.1.3. Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego 2020 | 37 |
| 2.1.4. Regionalny Program Operacyjny – Lubuskie 2020 | 39 |
| 2.1.5. Lubuska Regionalna Strategia Innowacji | 45 |
| 2.1.6. Regionalne Inteligentne Specjalizacje | 46 |
| 2.1.7. Program Rozwoju Innowacji do 2020 roku | 47 |
| 2.2. Analiza wpływu dokumentów strategicznych na kierunki promocji gospodarczej regionu | 49 |
| 2.2.1. Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego 2020 | 49 |
| 2.2.2. Regionalny Program Operacyjny – Lubuskie 2020 | 50 |
| 2.3. Analiza wpływu dokumentów strategicznych na obszary wsparcia eksportu | 50 |
| 2.3.1. Program Rozwoju Przedsiębiorstw do 2020 roku | 50 |
| 2.3.2. Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego 2020 | 52 |
| 2.3.3. Regionalny Program Operacyjny – Lubuskie 2020 | 52 |
| 3. Analiza potencjału handlu zagranicznego województwa lubuskiego | 54 |
| 3.1. Wprowadzenie do sytuacji gospodarczej województwa lubuskiego | 54 |
| 3.2. Analiza handlu zagranicznego lubuskich przedsiębiorców z podziałem na branże eksportu i importu | 55 |
| 3.2.1. Eksport i import na tle kraju | 55 |
| 3.2.2. Struktura produktowa eksportu | 57 |
| 3.2.3. Struktura geograficzna eksportu | 60 |
| 3.2.4. Dynamika eksportu i importu | 62 |
| 3.2.5. Najwięksi eksporterzy | 64 |
| 3.3. Analiza wiodących produktów regionalnych w kontekście rozwoju eksportu | 70 |
| 3.4. Kierunki promocji lubuskich przedsiębiorców na wybranych rynkach docelowych | 75 |
| 3.5. Analiza potrzeb przedsiębiorców w zakresie narzędzi promocji regionu | 81 |
| 4. Analiza potencjału inwestycyjnego gmin w województwie lubuskim | 91 |
| 4.1. Strefy aktywności gospodarczej | 91 |
| 4.2. Inwentaryzacja terenów inwestycyjnych oraz infrastruktury przemysłowej | 92 |
| 4.2.1. Poziom uzbrojenia terenów, w tym z wykorzystaniem środków Unii Europejskiej | 92 |
| 4.2.2. Stopień wykorzystania terenów inwestycyjnych | 97 |
| 4.2.3. Wykorzystanie terenów przemysłowych w gminach | 99 |
| 4.2.4. Skatalogowanie obecnych przedsiębiorstw znajdujących się na strefach przemysłowych | 102 |
| 4.2.5. Skatalogowanie obiektów i hal na cele przemysłowe oraz handel wielkopowierzchniowy | 105 |

| | |
|---|------------|
| 4.2.6. Skatalogowanie obiektów i terenów pod infrastrukturę turystyczną | 114 |
| 4.2.7. Lokalne plany zagospodarowania przestrzennego z uwzględnieniem obszarów Natura 2000 | 114 |
| 4.2.8. Skatalogowanie zabytków pod działalność inwestycyjno-usługową, w tym turystyczną | 118 |
| 4.2.9. Plany uzbrajania nowych terenów pod inwestycje | 123 |
| 4.2.10. Zewidencjonowanie dostępności infrastruktury komunikacyjnej oraz przemysłowej na terenie gmin w odniesieniu do potencjalnego napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych i wymagań inwestorów | 125 |
| 4.2.11. Możliwość realizacji wizji rozwoju gmin w perspektywie do roku 2023 w zakresie przyciągania inwestorów | 130 |
| 4.3. Analiza napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do gmin | 137 |
| 4.3.1. Trendy w zakresie napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski | 137 |
| 4.3.2. Podmioty z udziałem kapitału zagranicznego | 141 |
| 4.3.3. Skala dotychczasowych inwestycji | 142 |
| 4.3.4. Branże i kraj pochodzenia inwestorów | 143 |
| 4.3.5. Wpływ inwestycji na zatrudnienie | 146 |
| 4.3.6. Planowane reinwestycje | 146 |
| 4.4. Skatalogowanie przedsiębiorców w nawiązaniu do specjalizacji gmin i regionu | 147 |
| 4.5. Analiza kapitału ludzkiego w gminach..... | 148 |
| 4.5.1. Profil zawodowy | 148 |
| 4.5.2. Struktura demograficzna..... | 150 |
| 4.5.3. Poziom wykształcenia..... | 151 |
| 4.5.4. Dostępna oferta w zakresie edukacji zawodowej i podyplomowej | 153 |
| 4.5.5. Dostępna oferta w zakresie szkolnictwa wyższego | 157 |
| 4.6. Stosowane narzędzia promocji gmin wraz z oceną ich skuteczności | 160 |
| 5. Analiza instytucji wsparcia okołobiznesowego | 166 |
| 5.1. Otoczenie okołobiznesowe w województwie lubuskim..... | 166 |
| 5.2. Działalność inkubatorów przedsiębiorczości na terenie województwa lubuskiego..... | 169 |
| 5.3. Zakres usług pożądaných | 176 |
| 6. Wnioski i rekomendacje..... | 178 |
| 6.1. Potencjał inwestycyjny gmin i kierunki ich rozwoju w zakresie przyjmowania inwestorów oraz zasadności powstawania na ich terenach nowych stref aktywności gospodarczej lub podstref SSE | 178 |
| 6.2. Potencjał eksportowy lubuskich przedsiębiorców na rynkach docelowych, również pod kątem specjalizacji regionalnych (obecnych oraz perspektywicznych), a także inteligentnych specjalizacji | 186 |
| 6.3. Kierunki promocji gospodarczej regionu, które są istotne dla osiągnięcia celów wyznaczonych w dokumentach strategicznych i programowych województwa (Strategia Rozwoju Województwa Lubuskiego 2020, RPO – L2020), stworzenie mapy w aspekcie geograficznym i branżowym, również wyznaczonych przez inteligentne specjalizacje..... | 193 |
| 6.4. Narzędzia promocji gospodarczej dla JST i przedsiębiorców, kierunki misji i wyjazdów studyjnych z podziałem na branże (również w kontekście Regionalnej Strategii Innowacji – inteligentne specjalizacje) | 195 |
| 6.5. Lista wydarzeń o charakterze gospodarczym (w tym również turystycznym, rolniczym) z podziałem na branże lub obszary działalności gospodarczej i kraje | 202 |
| 6.6. Narzędzia koordynacji polityki inwestycyjnej regionu oraz promocji gospodarczej | 208 |
| 6.7. Uwarunkowania lokalizacyjne i organizacyjne inkubatorów – założenia, gdzie takie podmioty powinny być lokowane, jaki charakter powinny pełnić oraz preferowane rozwiązania funkcjonalne takich podmiotów | 215 |
| 6.8. Propozycje kryteriów do oceny projektów z obszaru objętego badaniem | 218 |
| 7. Załącznik – studia przypadków | 223 |
| 7.1. Studia przypadku w zakresie działalności międzynarodowej lubuskich przedsiębiorstw | 223 |
| 7.1.1. Grupa Kapitałowa LUG S.A. | 223 |
| 7.1.2. Zakład Mechaniczny „MESTIL” Sp. z o.o..... | 224 |
| 7.1.3. Relpol S.A. z siedzibą w Żarach..... | 225 |
| 7.1.4. P.W. Sępól s.j./Pensjonat Afrodyta SPA | 228 |
| 7.1.5. Kaskat Sp. z o.o..... | 229 |
| 7.1.6. Bomadek Sp. z o.o. | 231 |

| | | |
|------------|---|------------|
| 7.1.7. | Monster & Devices Home | 232 |
| 7.1.8. | Sinersio Polska Sp. z o.o. | 234 |
| 7.2. | Studia przypadku w zakresie pozyskiwania inwestorów zagranicznych przez gminy | 238 |
| 7.2.1. | Zielona Góra | 238 |
| 7.2.2. | Skwierzyna..... | 242 |
| 7.2.3. | Gorzów Wielkopolski..... | 244 |
| 7.2.4. | Nowa Sól..... | 248 |
| 7.2.5. | Świebodzin | 252 |
| 7.2.6. | Lubsko | 254 |
| 7.2.7. | Łłowa..... | 258 |
| 7.2.8. | Krzeszyce | 259 |
| 7.2.9. | Drezdenko | 261 |
| 7.2.10. | Strzelce Krajeńskie | 261 |
| 7.2.11. | Witnica | 264 |
| 7.3. | Studia przypadku instytucji otoczenia biznesu w województwie lubuskim wspierających rozwój regionalny..... | 266 |
| 7.3.1. | Park Technologiczny Interior | 266 |
| 7.3.2. | Lubuski Klaster Metalowy | 269 |
| 7.3.3. | KSSSE | 271 |
| 7.3.4. | Izba Rzemieślnicza i Przedsiębiorczości w Zielonej Górze | 273 |
| 7.3.5. | Lubuska Fundacja Zachodnie Centrum Gospodarcze w Gorzowie Wielkopolskim | 274 |
| 7.3.6. | Gorzowski Rynek Hurtowy S.A. | 276 |
| 7.3.7. | Zielonogórska Rada Federacji Stowarzyszeń Naukowo-Technicznych Naczelnej Organizacji Technicznej w Zielonej Górze | 279 |
| 7.3.8. | Gorzowski Ośrodek Technologiczny Park Naukowo-Przemysłowy Sp. z o.o..... | 279 |
| 7.3.9. | Agencja Rozwoju Regionalnego S.A. | 281 |
| 7.3.10. | Park Naukowo-Technologiczny Uniwersytetu Zielonogórskiego | 284 |
| 7.3.11. | Zachodnia Izba Przemysłowo-Handlowa..... | 285 |
| 7.4. | Studium przypadku instytucji otoczenia biznesu spoza województwa lubuskiego wspierających rozwój regionalny..... | 286 |
| 7.4.1. | Agencja Rozwoju Przemysłu w jednym z polskich miast..... | 286 |
| 8. | Załącznik – zestawienie 200 największych eksporterów..... | 290 |
| 9. | Załącznik – zestawienie wszystkich eksporterów z województwa lubuskiego | 296 |
| 10. | Załącznik – zestawienie największych podmiotów z województwa lubuskiego w podziale na obszary specjalności..... | 318 |
| 11. | Załącznik – zestawienie międzynarodowych targów | 322 |
| 12. | Załącznik – projekty narzędzi badawczych | 347 |
| 12.1. | Scenariusz wywiadu pogłębionego z przedstawicielem IOB – inkubatory przedsiębiorczości | 347 |
| 12.2. | Scenariusz wywiadu pogłębionego z przedstawicielem IOB – inne | 350 |
| 12.3. | Scenariusz wywiadu pogłębionego z przedstawicielami IOB – spoza woj. lubuskiego | 353 |
| 12.4. | Scenariusz wywiadu pogłębionego z przedstawicielem przedsiębiorstw | 355 |
| 12.5. | Scenariusz wywiadu pogłębionego z przedstawicielem inwestorów..... | 358 |
| 12.6. | Scenariusz wywiadu pogłębionego z przedstawicielem jednostek samorządu terytorialnego | 361 |
| 12.7. | Scenariusz panelu ekspertów | 362 |
| 12.8. | Ankieta inwentaryzacyjna | 365 |
| 12.9. | Kwestionariusz badania CATI – reprezentatywna próba przedsiębiorstw | 368 |
| 12.10. | Kwestionariusz badania CATI – beneficjenci programów wsparcia eksportu | 382 |