

MARCIN POŁOM

Uniwersytet Gdański, Polska • University of Gdansk, Poland

## Przestrzenne aspekty produkcji i eksportu autobusów w Polsce w latach 1989–2014

### Spatial aspects of the production and export of buses in Poland in the years 1989–2014

**Streszczenie:** W Europie Środkowo-Wschodniej w latach 1949–1991 istniała Rada Wzajemnej Pomocy Gospodarczej (RWPG), która zrzeszała państwa socjalistyczne tej części świata. W ramach wewnętrznych uregulowań RWPG wytypowano przedsiębiorstwa wiodące w zakresie produkcji taboru dla transportu zbiorowego. Wśród wielu zakładów produkujących autobusy, tramwaje i trolejbusy większość dostarczała pojazdy na rynki lokalne (w ramach państwa lokalizacji przedsiębiorstwa). Tylko nieliczne były znacznie bardziej dotowane i rozwijane, i to one zajmowały się dostarczaniem taboru na szerszą skalę – funkcjonował w nich eksport (głównie w ramach RWPG). Wśród takich zakładów znajdowały się m.in. czechosłowacka Škoda, węgierski Ikarus, radziecki ZiU. Po okresie przemian politycznych związanych ze zmianą ustroju państw w Europie Środkowo-Wschodniej nastąpiły znaczne przeobrażenia przemysłu motoryzacyjnego, w tym produkcji taboru komunikacji zbiorowej. W Polsce przed 1989 rokiem istniały dwie fabryki autobusów (Autosan w Sanoku i Jelcz w Jelczu-Laskowicach). W tym okresie Polska praktycznie nie eksportowała, a raczej nadal importowała autobusy, głównie marki Ikarus, ze względu na niewystarczające moce produkcyjne rodzimych fabryk. Po transformacji ustrojowej rynek producentów taboru komunikacji miejskiej w Polsce przeszedł ogromne przeobrażenia. Głównym czynnikiem zmian były relatywnie niskie koszty produkcji (przede wszystkim dzięki niższym płacom niż pracowników w Niemczech) przy zachowaniu jej jakości i terminowości. Powyższe determinanty wpłynęły na podejmowanie decyzji dotyczących przenoszenia produkcji przez wielkie koncerny do krajów Europy Środkowo-Wschodniej, w tym Polski. Drugim czynnikiem przeobrażeń był proces prywatyzacyjny polskich fabryk i związany z nim transfer technologii. Ważnym elementem były także inwestycje kapitału prywatnego w zakresie produkcji pojazdów komunikacji miejskiej, które zaowocowały powstaniem nowych zakładów. Przez ostatnie 25 lat Polska stała się jednym z głównych producentów autobusów w Europie. Systematycznie rósł także eksport pojazdów wytwarzanych w Polsce, przede wszystkim do krajów Europy Zachodniej. W tym okresie swoje fabryki otworzyły takie marki, jak MAN (w Sadach k. Poznania), Volvo (we Wrocławiu), Scania oraz Cacciamali na bazie zakładu KPNA (w Słupsku). Uruchomiono od podstaw przedsiębiorstwa produkujące pojazdy pod nowymi markami, w tym Solaris (w Bolechowie k. Poznania), Solbus (w Solcu Kujawskim) i AMZ (w Kutnie). Sprywatyzowano państwowe przedsiębiorstwa w Jelczu-Laskowicach i Sanoku.

W artykule przeanalizowano przemiany rynku producentów autobusów w Polsce, zarówno w zakresie lokalizacji, jak i wielkości produkcji, w ciągu ostatnich 25 lat. Przedstawiono wielkość eksportu w ujęciu przestrzennym dla analizowanego okresu 1989–2014. Zdefiniowano czynniki wpływające na sukcesy i porażki w zakresie produkcji i eksportu autobusów wśród istniejących producentów.

**Abstract:** In Central and Eastern Europe in the years 1949–1991 there existed the Council for Mutual Economic Assistance, which brought together the socialist countries of this part of the world. The internal rules of the organization selected leading companies in the production of rolling stock for public transport. Among many facilities producing buses, trams and trolleybuses, most supplied local markets only (within country borders where the facility was located), only a few were much more financed and developed, and they were engaged in the provision of rolling stock on a larger scale – export occurred (but mainly between the Council’s members). After a period of political change associated with the change of the government system, changes in Central and Eastern Europe started a significant transformation of the automotive industry, including the production of public transport fleet.

In Poland, before 1989 there were two bus factories (in Sanok – “Autosan” and in Jelcz-Laskowice – “Jelcz”). After the political transformation, the market of the rolling stock producers in Poland has undergone a tremendous transformation. The main factors of the change were relatively low production costs (mainly due to lower wages than the ones of the workers in Germany) while maintaining quality and timeliness. These determinants influenced the decision on the transfer of production by large corporations to the countries of Central and Eastern Europe, including Poland. The second factor of this transformation was the privatization process in Polish factories and the technology transfer related to the process. Another important element was the investment of private capital in the production of transport vehicles, which has resulted in creating new production sites. Over the last 25 years Poland has become one of the major bus manufacturers in Europe. During this period, foreign brands opened new factories and Polish companies began producing vehicles under new brands. Companies in Jelcz-Laskowice and Sanok underwent the privatization process.

The article analyses the transformation of the bus manufacturers market in Poland, both in terms of location and volume of production for the past 25 years. It also shows the export volume in spatial terms for the analyzed period of 1989–2014. Moreover, it defines factors for success and failure in the production and export of buses among existing producers.

**Słowa kluczowe:** eksport autobusów; korporacje transnarodowe; produkcja autobusów; transformacja przemysłu motoryzacyjnego

**Keywords:** bus export; transnational corporations; bus production; transformation of the automotive industry

**Otrzymano:** 20 stycznia 2015

**Received:** 20 January 2015

**Sugerowana cytacja / Suggested citation:**

Połom, M. (2015). Przestrzenne aspekty produkcji i eksportu autobusów w Polsce w okresie 1989–2014. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 29(1), 56–72.

## WSTĘP

Dyskusja naukowa wokół przemysłu motoryzacyjnego dotyczy przede wszystkim produkcji samochodów osobowych. Niewiele uwagi poświęca się produkcji autobusów i trolejbusów. Przemysł motoryzacyjny odgrywa kluczową rolę w gospodarkach państw europejskich i dotyczy wielu dziedzin. Produkcja autobusów i trolejbusów zasługuje na szczególną uwagę nie tylko ze względu na jej istotną rangę w przemyśle motoryzacyjnym, ale także z powodu

rosnącego znaczenia transportu zbiorowego w strategiach rozwojowych Unii Europejskiej. Coraz ważniejsza staje się idea zrównoważonego rozwoju transportu, a także polityka mobilności, zakładająca wzrost udziału ekologicznych środków podróżowania, w tym autobusów hybrydowych, elektrycznych i trolejbusów.

W latach 1989–2014 wyprodukowano w naszym kraju ponad 67 tys. autobusów i blisko 1000 trolejbusów. Stawia to Polskę wśród liderów produkcji tego typu pojazdów w Europie. Według danych Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Pojazdów (European Automobile Manufacturers' Association) przemysł autobusowy wytwarzał w ostatnich latach liczbę autobusów stawiającą Polskę na trzecim miejscu w Europie, po Niemczech i Szwecji.

W „Pracach Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego” podejmowano w interesujący sposób temat przemysłu motoryzacyjnego wielokrotnie. W tomie 27 opublikowano artykuł M. Ćwikły pt. *Przemiany strukturalne w produkcji autobusów w Polsce*, który traktuje o produkcji autobusów w latach 2000–2013 (Ćwikła, 2014). Niniejsza praca stanowi rozwinięcie tego zagadnienia, poszerzając je w zakresie czasowym i przestrzennym oraz dodatkowo wzbogacając o tematykę trolejbusów. Szczególną uwagę poświęcono międzynarodowym powiązaniom producentów autobusów i trolejbusów, zważywszy na to, że polskie firmy odnoszą poważne sukcesy eksportowe i silnie akcentują swoją obecność w Europie (Sala, 2006, Wieloński, 2010, Domański i in., 2013).

Celem publikacji jest przedstawienie przemian rynku producentów autobusów w Polsce, zarówno w zakresie lokalizacji, jak i wielkości produkcji, w ciągu ostatnich 25 lat. W artykule przedstawiono wielkość eksportu w ujęciu przestrzennym dla analizowanego okresu 1989–2014. Zdefiniowano czynniki wpływające na sukcesy i porażki w zakresie produkcji i eksportu autobusów i trolejbusów wśród istniejących producentów.

Zakres przestrzenny pracy obejmuje obszar Polski. W związku z analizowaniem powiązań eksportowych uwzględniono kontekst międzynarodowy. Analizie poddano okres 25 lat, od 1989 do 2014 roku. Większość danych obejmuje ten okres lub skrócony do 2013 roku, ze względu na brak kompletnych wartości dla ostatniego roku. W przeprowadzonej analizie posłużono się metodami statystycznymi, opisowymi i badań porównawczych. W artykule wykorzystano materiały niepublikowane JMK Analizy Rynku Transportowego oraz artykuły naukowe i publicystyczne traktujące o branży autobusowej.

## ZARYS FUNKCJONOWANIA PRODUCENTÓW AUTOBUSÓW W POLSCE PRZED 1989 ROKIEM

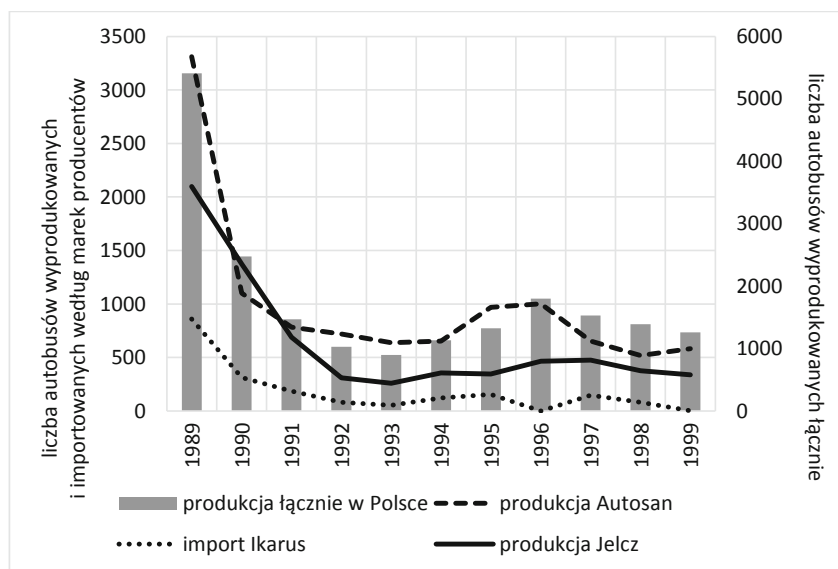
Przed transformacją polityczną w 1989 roku rynek producentów pojazdów komunikacji miejskiej w Polsce był bardzo ograniczony. Polska gospodarka, centralnie sterowana i ograniczana zewnętrznymi uwarunkowaniami w ramach Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej, uniemożliwiała funkcjonowanie innych fabryk autobusów poza należącymi do skarbu państwa. Istniały dwie rodzime fabryki: Autosan w Sanoku i Jelcz w Jelczu-Laskowicach (Stefaniak, 2001). Produkcja obu przedsiębiorstw opierała się na rozwijaniu własnych konstrukcji autobusów lub na modyfikacji pojazdów licencyjnych. Wielkość i struktura produkcji nie wypełniały całkowicie zapotrzebowania rynku, więc istniał także import, w szczególności

z Węgier, skąd sprowadzono przede wszystkim przegubowe autobusy miejskie typu Ikarus. Polskie fabryki autobusów nie należały do wiodących producentów przemysłu motoryzacyjnego w ramach RWPG i praktycznie nie eksportowały swoich produktów.

#### WPLYW TRANSFORMACJI GOSPODARCZEJ NA FUNKCJONOWANIE RYNKU PRODUCENTÓW TABORU KOMUNIKACJI MIEJSKIEJ

Przemiany polityczno-gospodarcze na przełomie lat 80. i 90. umożliwiły otwarcie rynku producentów pojazdów komunikacji miejskiej, w szczególności autobusów. Finansowanie komunikacji miejskiej zostało przesunięte z budżetu centralnego do samorządów, co spowodowało początkowo bardzo dużą zapasę przemysłu autobusowego ze względu na brak zamówień (ryc. 1). Obie państwowe fabryki wytwarzały na przełomie lat 80. i 90. łącznie ok. 5,5 tys. pojazdów. Jednocześnie importowano z Węgier blisko 1000 autobusów. Począwszy od 1990 roku nastąpiła zapasę w produkcji obu fabryk, a import zaczął wygasać. W latach 1991–1999 Autosan i Jelcz produkowały łącznie od 500 do 1000 autobusów.

Ryc. 1. Struktura rynku produkcji i importu autobusów w Polsce w latach 1989–1999



Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów rozproszonych

Na ryc. 2 przedstawiono rozmieszczenie głównych fabryk autobusów w Polsce. Lokalizacja zakładów dwóch tradycyjnych polskich producentów ma uwarunkowania historyczne. Autosan, jedna z najstarszych fabryk w Polsce (jej początki sięgają 1832 roku), zlokalizowana została w Sanoku. Początkowo były to zakłady rzemieślnicze, następnie produkowano tam wagony i maszyny, nadwozia samochodów osobowych i ostatecznie autobusy. Fabryka Jelcza powstała w 1952 roku, początkowo pod nazwą Zakładu Budowy Nadwozi

Samochodowych, na bazie byłej niemieckiej fabryki zbrojeniowej Bertha Werke w Jelczu koło Oławy. Pozostali producenci, którzy pojawili się w Polsce w ostatnich 20 latach, zlokalizowali swoje fabryki, wykorzystując istniejącą infrastrukturę zakładów naprawczych (Scania w Słupsku, Solbus w Solcu Kujawskim) lub budując zakłady od podstaw (Neoplan/Solaris w Bolechowie, Volvo we Wrocławiu, MAN w Sadach, a następnie w Starachowicach, AMZ w Kutnie).

Przemiany, które nastąpiły w Polsce na przełomie lat 80. i 90. XX wieku, ograniczyły znaczenie tradycyjnej koncentracji przemysłu. Istotną rolę zaczęła odgrywać przewaga konkurencyjna poszczególnych regionów (Gierańczyk, 2003). Podnoszenie atrakcyjności krajów i regionów w dobie globalizacji ma szczególne znaczenie. Działania w tym kierunku są istotnym czynnikiem przyciągania nowych podmiotów gospodarczych. Polskę lokuje się w grupie krajów Europy Środkowej (razem z Czechami, Słowacją i Węgrami) o największej atrakcyjności lokalizacji inwestycji (Lizak, 2009). Polska jest dużym rynkiem zbytu, a jednocześnie jej bliskie usytuowanie względem Europy Zachodniej, głównego kierunku eksportu, podwyższa jej atrakcyjność w aspekcie lokalizacji przemysłu. Szczególnie atrakcyjne są te regiony, które leżą wzdłuż europejskich korytarzy transportowych (wschód–zachód: autostrady A2, A4, północ–południe: A1). W tę lokalizację wpisuje się rozmieszczenie wszystkich „nowych” fabryk autobusów powstałych w ostatnich 20 latach w Polsce (Ambukita, 2013).

Ryc. 2. Rozmieszczenie głównych fabryk autobusów w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów rozproszonych

## PRZEMIANY RYNKU PRODUCENTÓW AUTOBUSÓW W LATACH 1989–2014

W czasie przemian polityczno-gospodarczych w Polsce funkcjonowały dwie tradycyjne fabryki autobusów. Próby wprowadzenia na rynek nowych marek pojazdów związane były z zawieraniem porozumień joint venture. Pierwsza spółka tego typu powstała pomiędzy szwedzkim koncernem Volvo i fabryką Jelcza. W 1992 roku postanowiono rozpocząć w Polsce montaż autobusów bazujących na podwoziach Volvo i nadwoziach zaprojektowanych w Jelczu przy współpracy ze szwedzką firmą. Wysoka cena takiego rozwiązania, przy trudnościach finansowych przewoźników autobusowych, spowodowała zakończenie współpracy już po pierwszym roku.

W tym samym czasie inny szwedzki koncern rozpoczął swoją działalność w Polsce. W 1992 roku założona została spółka joint venture Scania Kapena S.A. w Słupsku (Czapliński, Stawarska, 2010). Głównym czynnikiem, który zdecydował o lokalizacji inwestycji, było funkcjonowanie Komunalnego Przedsiębiorstwa Naprawy Autobusów Kapena, specjalizującego się w remontach autobusów oraz montażu nowych trolejbusów. Istniejące zaplecze, park maszynowy, doświadczenie oraz niski koszt pracy polskiej spółki zaowocowały umieszczeniem w Słupsku montażu samochodów ciężarowych, a od 1994 roku autobusów. W odróżnieniu od pierwszych doświadczeń Volvo fabryka Scania funkcjonowała w Słupsku w całym analizowanym okresie.

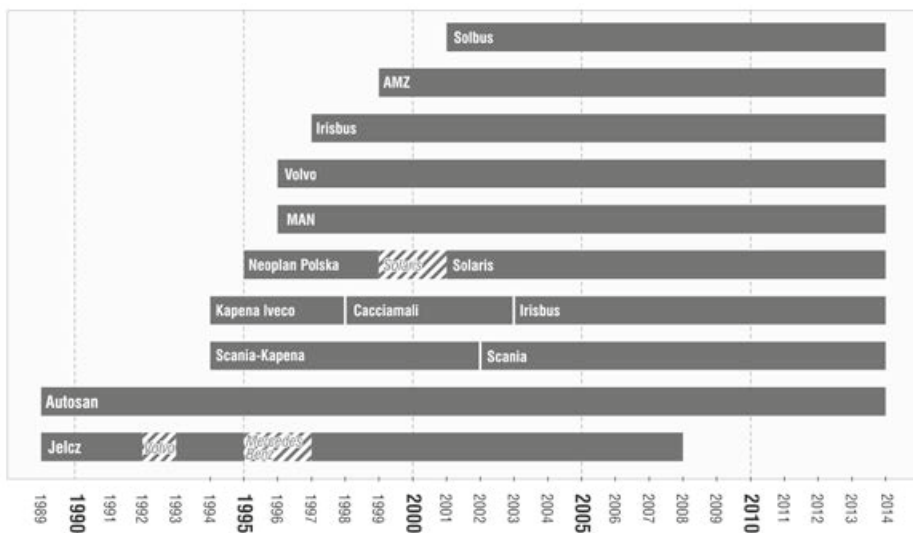
W połowie lat 90. zauważalne było ożywienie na rynku autobusowym, głównie ze względu na zwiększony popyt na nowe pojazdy ze strony przedsiębiorstw komunikacji miejskiej. Oczekiwania przewoźników, związane z potrzebą nabycia nowocześniejszych autobusów niż oferowane przez krajowych producentów, w szczególności niskopodłogowych, dostosowanych do potrzeb osób niepełnosprawnych, spowodowały pojawienie się kolejnych producentów (ryc. 3). Pierwsze kontrakty na dostawy autobusów podpisały fabryki Neoplana, MAN-a i Volvo. W wyniku otrzymanych zamówień utworzono polskie oddziały koncernów i rozpoczęto prace zmierzające do uruchomienia montowni w Polsce. Początkowo produkcja autobusów opierała się na montażu. Lokalne kompletowanie pojazdów umożliwiała ominięcie barier celnych i obniżenie ceny oferowanych autobusów. Utworzono fabrykę Neoplana w Bolechowie i MAN-a w Sadach (obie pod Poznaniem) oraz Volvo we Wrocławiu. Pod koniec lat 90. uruchomiono montaż autobusów Iveco, Cacciamali i Irisbus we współpracy ze słupską Kapeną (Kierecki, 2003).

Na przełomie XX i XXI wieku nastąpiły kolejne istotne zmiany na rynku producentów autobusów w Polsce. Po wykupieniu spółki Neoplan Polska nowi właściciele stworzyli markę pojazdów Solaris (Kierecki, 2000). Początkowo nowe autobusy uzupełniały produkcję modeli Neoplanu, docelowo jednak je wyparły. Od 1999 roku, gdy zaprezentowano pierwszy autobus miejski Solaris Urbino 12, do 2014 roku spółka przeszła dużą ewolucję. Oferowała trolejbusy, autokary, autobusy lokalne i specjalne, stała się też jedną z wizytówek polskiej gospodarki i odniosła sukces ekonomiczny na rynkach eksportowych.

W 1999 roku powstała spółka AMZ w Kutnie, która początkowo kompletowała minibusy. Rozwijając produkcję, w kolejnych latach zaprojektowała i wprowadziła na rynek autobusy miejskie i turystyczne pod własną marką. W 2001 roku powstała kolejna fabryka

autobusów. Na bazie majątku Kujawskich Zakładów Naprawy Samochodów w Solcu Kujawskim uruchomiono produkcję autobusów Solbus. W 1999 roku powstała również firma CMS Auto w Sulejówku pod Warszawą, która specjalizuje się w konwersji samochodów dostawczych na minibusy oraz sprzedaży autobusów Tamsa (Klukowski, Rusak, 2007; Rutka, 2008).

Ryc. 3. Chronologia rozwoju rynku producentów autobusów w Polsce



Źródło: opracowanie własne na podstawie Rusak, 2000

Otwarcie polskiego rynku, pojawienie się nowych dostawców autobusów, oferujących nowoczesne i innowacyjne pojazdy nie pozostało bez wpływu na rodzimych producentów. Okres lat 1989–2014 to regres produkcji w fabrykach Autosana i Jelcza. Nieudane procesy prywatyzacyjne spowodowały znaczce ograniczenie produkcji, a wybór w 1994 roku Mercedesa jako partnera dla Jelcza okazał się błędem w strategii rozwoju spółki. Brak umiejętności konkurowania, szczególnie w aspektach technicznych, doprowadził do upadku fabryki w Jelczu-Laskowicach w 2008 roku i do poważnej zapaści Autosana.

## PRODUKCJA I SPRZEDAŻ AUTOBUSÓW W POLSCE W LATACH 1989–2014

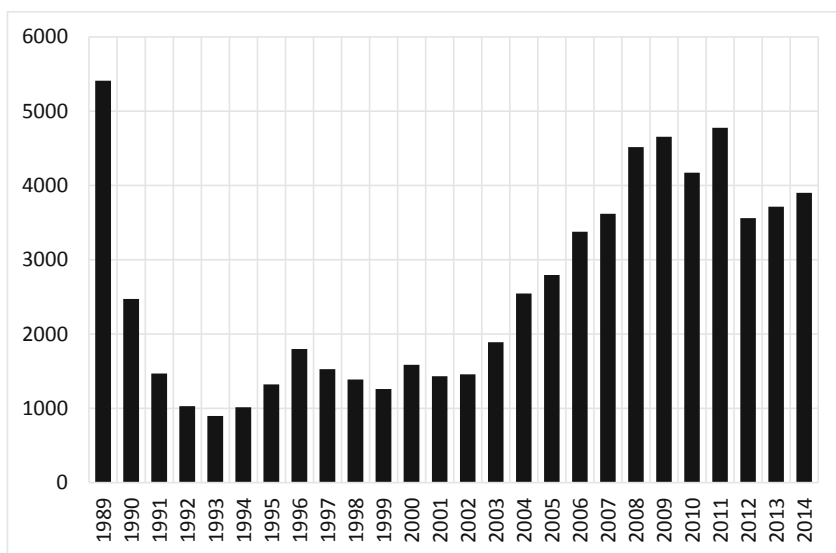
Przemiany gospodarcze w Polsce, w szczególności zawirowania finansowe oraz przeniesienie odpowiedzialności za transport miejski i jego finansowanie na samorzady wojewódzkie i gminne, spowodowały zapaść na rynku sprzedaży autobusów. Brak środków na odtwarzanie parków taborowych firm transportu miejskiego i międzymiastowego zaowocował malejącym popytem na nowe autobusy i w konsekwencji drastycznym spadkiem produkcji w latach 1989–1993 (ryc. 4). Na przełomie dekad produkcja w fabrykach Autosana i Jelcza spadła z poziomu 5,5 tys. pojazdów do niespełna 1000. Pierwsze odbicie spadków



nastąpiło w połowie lat 90., gdy miasta zaczęły realizować politykę odnowy floty pojazdów komunikacji miejskiej, często finansowaną z obligacji i kredytów. Niedoinwestowane spółki komunikacyjne wykazywały znaczne potrzeby taborowe, ale produkcja i sprzedaż krajowa nie powróciła na wcześniejszy poziom. Niewystarczające zakupy rekompensowano prowadzeniem remontów kapitalnych pojazdów.

Lata 90. to okres prosperity przedsiębiorstw napraw taboru komunikacyjnego i pogorszenie kondycji dwóch krajowych fabryk autobusów. Do 2003 roku roczna wielkość produkcji autobusów nie przekraczała 2000 pojazdów. Znacząca część produkcji przeznaczona była na sprzedaż na rynku krajowym. Systematyczny wzrost produkcji autobusów notowano od 2004 roku, co wiąże się z pojawieniem się dodatkowych, zewnętrznych źródeł finansowania zakupu taboru (fundusze unijne), poprawą sytuacji gospodarczej i rozwinięciem produkcji przez zagraniczne koncerny funkcjonujące w Polsce (wzrost sprzedaży eksportowej). Spadek wielkości produkcji w 2012 roku związany był ze światowym kryzysem ekonomicznym i mniejszą liczbą zamówień zagranicznych.

Ryc. 4. Liczba wyprodukowanych autobusów w Polsce w latach 1989–2014

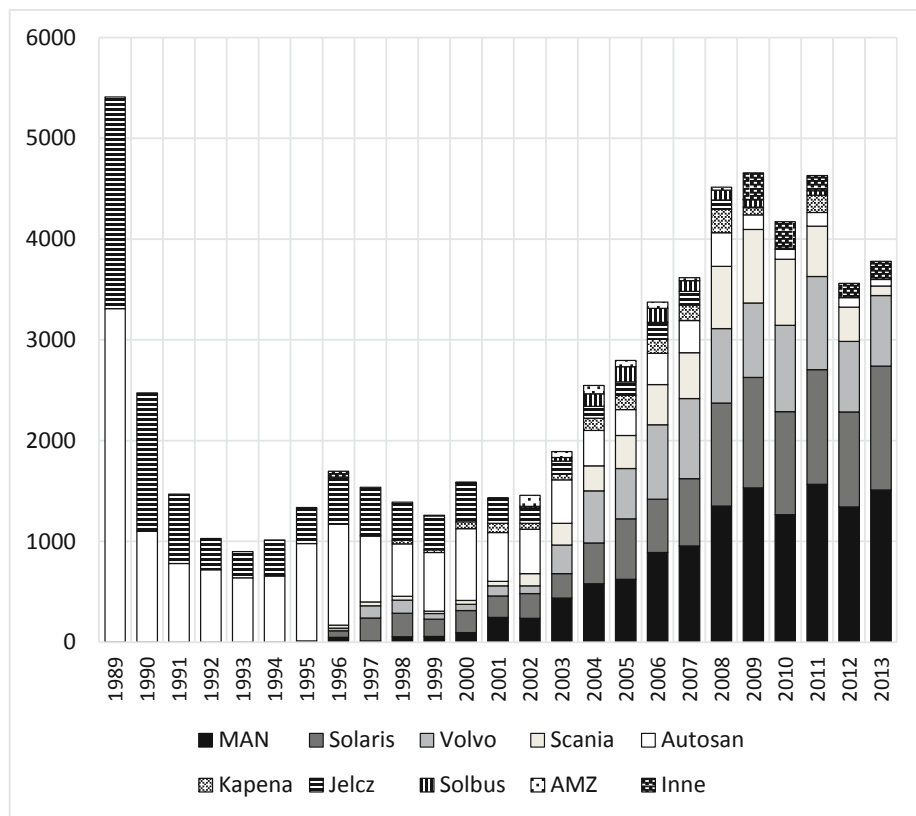


Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów rozproszonych, Infobus, JMK Analizy Rynku Transportowego za lata 1998–2013

Rycina 5 ilustruje strukturę produkcji autobusów w Polsce w okresie 1989–2013. W latach 1989–1994 funkcjonowali dwaj tradycyjni producenci – Autosan i Jelcz. Od 1994 roku, wraz z pojawieniem się zagranicznych producentów, rósł ich udział w łącznej produkcji autobusów. Wzrost produkcji MAN-a, Solarisa, Volvo i Scanii ugruntował ich pozycję na polskim rynku (Pawlak, 2011; Rusak, 2002; Rusak, 2010). Udział czterech głównych producentów w łącznej sumie wyprodukowanych pojazdów w ostatnich pięciu latach wzrósł do poziomu 90%.



Ryc. 5. Struktura produkcji autobusów w latach 1989–2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów rozproszonych, Infobus, JMK Analizy Rynku Transportowego za lata 1998–2013

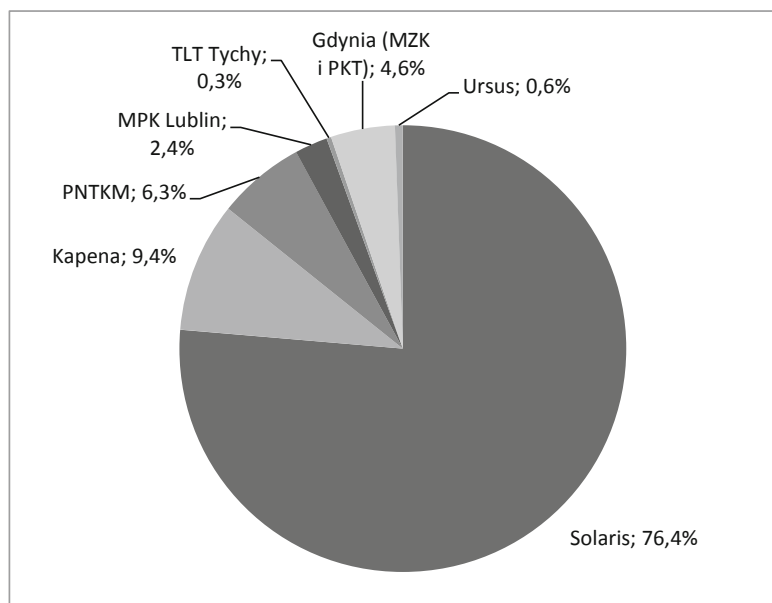
Specyficznym rodzajem autobusu według polskiego prawa jest trolejbus, więc analizując rynek producentów autobusów, należy wziąć pod uwagę także produkcję tego rodzaju pojazdów. W Polsce komunikacja trolejbusowa nie należy do popularnych form komunikacji zbiorowej, ale rodzimy rynek dostarcza znaczącą część trolejbusów niskopodłogowych w Unii Europejskiej (Połom, Turzański, 2011; Połom, Turzański, 2015). Podpoznańska spółka Solaris wyspecjalizowała się w elastycznym dostosowywaniu oferty do potrzeb klienta. Diagnozując potrzebę stworzenia konkurencyjnego trolejbusu, podjęto korzystną decyzję. W latach 1989–2000 produkcja trolejbusów w Polsce skierowana była na realizację potrzeb krajowych (ryc. 6). Podejmowano próby eksportu trolejbusów Jelcz montowanych w gdynskim Przedsiębiorstwie Naprawy Taboru Komunikacji Miejskiej na Litwę (pojedyncze egzemplarze sprzedano do Kowna i Wilna) oraz Miejskiego Przedsiębiorstwa Komunikacyjnego w Lublinie (np. testy w Rydze), jednak nie zakończyły się one sukcesem.

Premiera nowej marki autobusów Solaris Urbino w 1999 roku, skonstruowanych od podstaw w firmie Neoplan Polska (następnie przekształconej w Solaris Bus&Coach),

umożliwiła nowe spojrzenie na zdolność wyprodukowania całkowicie niskopodłogowego trolejbusu. Pierwszy trolejbus marki Solaris zmontowany w zakładach Trobus (przekształconym dawnym Przedsiębiorstwie Napraw Taboru Komunikacji Miejskiej w Gdyni) został zakupiony przez Przedsiębiorstwo Komunikacji Trolejbusowej z Gdyni. Do budowy pojazdu posłużyło dwunastometrowe nadwozie autobusu Solaris Urbino 12 oraz napęd według projektu Instytutu Elektrotechniki z Warszawy. Podczas swojej premiery, która miała miejsce 11 marca 2001 roku, trolejbus otrzymał nazwę Solaris Trollino 12T. Nazwa Trollino powstała ze zbitki słów trolejbus i nazwy autobusu Urbino (Połom, Turzański, 2011).

W latach 1989–2014<sup>1</sup> wyprodukowano w Polsce 863 trolejbusy, w tym 675 solarisów, z czego 542 na eksport. Wśród 188 trolejbusów innych marek tylko trzy jelicze zostały wyeksportowane na Litwę.

Ryc. 6. Struktura produkcji trolejbusów w latach 1989–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie materiałów rozproszonych, Połom, 2011

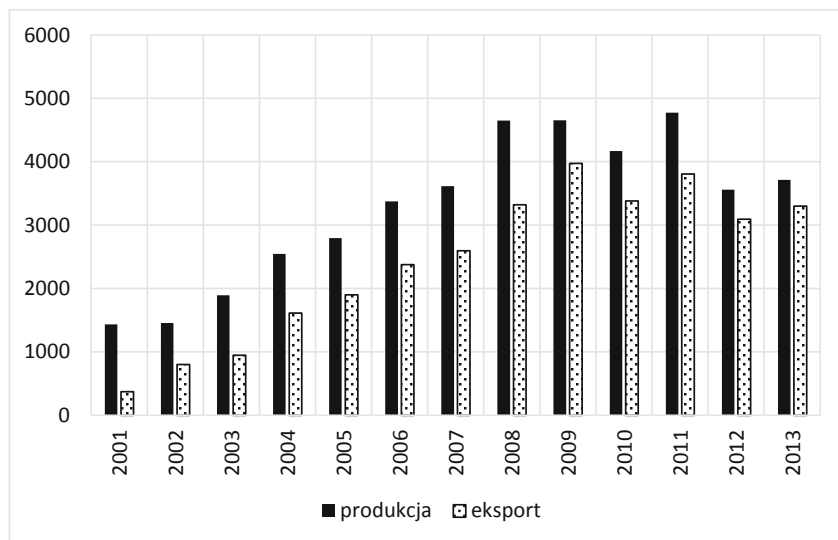
## EKSPORT AUTOBUSÓW WYTWARZANYCH W POLSCE

Wzrost eksportu autobusów przedstawiono na ryc. 7, a udział producentów w sprzedaży na ryc. 8. W analizowanym okresie 2001–2013 wzrost eksportu korespondował z dynamiką wzrostu produkcji. Najlepszym rokiem w zakresie wielkości eksportu był 2011, wówczas sprzedano na rynki zagraniczne ok. 4000 autobusów. Późniejszy spadek eksportu należy tłumaczyć, podobnie jak w przypadku produkcji, ogólnosiwiatowym kryzysem

<sup>1</sup> Dane dotyczą okresu 1.01.1989–30.06.2014.

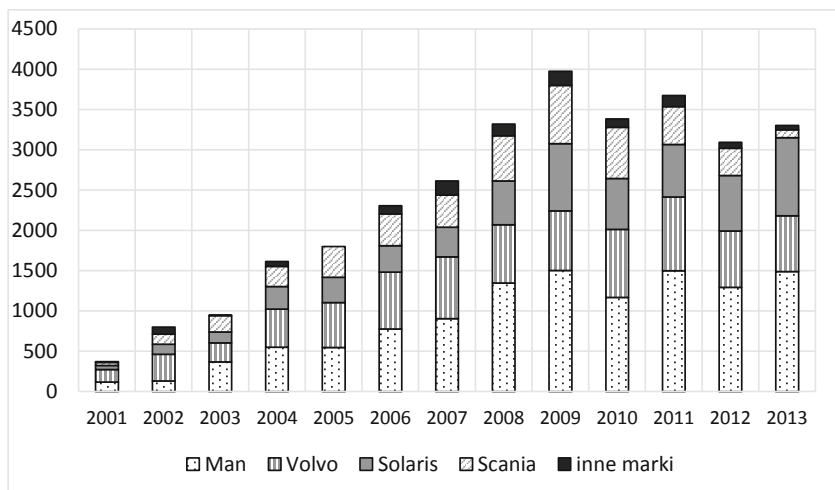
ekonomicznym i zmniejszeniem liczby zamówień. Relatywnie niewielki spadek poziomu eksportu o ok. 10–15% wiąże się z tradycyjnymi kierunkami sprzedaży autobusów wytwarzanych w Polsce. Kraje, do których sprzedawane są polskie autobusy, ominął bardzo silny regres gospodarczy.

Ryc. 7. Wielkość eksportu autobusów na tle produkcji w latach 2001–2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie Infobus, JMK Analizy Rynku Transportowego za lata 1998–2013

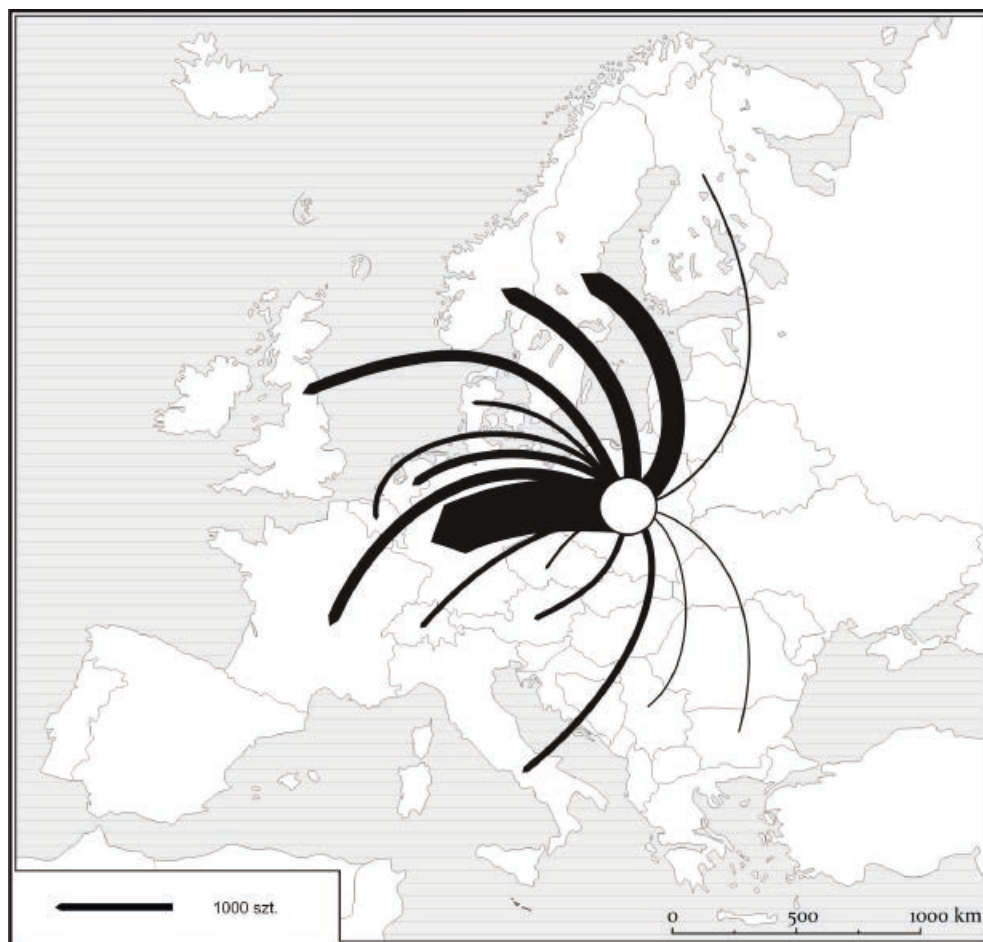
Ryc. 8. Struktura eksportu autobusów w latach 2001–2013



Źródło: opracowanie własne na podstawie Infobus, JMK Analizy Rynku Transportowego za lata 1998–2013

Główne kierunki eksportu autobusów wytwarzanych w polskich fabrykach przedstawiono na ryc. 9. Najważniejszymi ich odbiorcami były przedsiębiorstwa z Niemiec, Szwecji i Norwegii. Polskie fabryki sprzedawały głównie do państw Europy Zachodniej. W latach 2005–2013 sprzedano do Niemiec ponad 7000 autobusów, na drugim miejscu znajdowała się Szwecja z 3000 pojazdów. Kolejnymi odbiorcami były Norwegia (ok. 2000) i Francja (1500).

Ryc. 9. Powiązania eksportowe producentów autobusów w Polsce i suma sprzedaży na rynki zagraniczne w latach 2005–2013

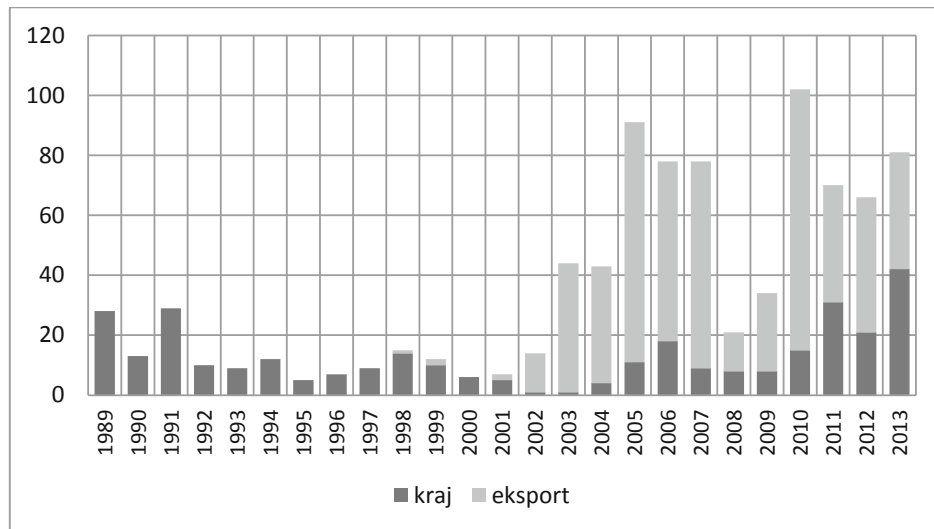


Źródło: opracowanie własne na podstawie Infobus, JMK Analizy Rynku Transportowego za lata 1998–2013

Powstanie marki Solaris oferującej trolejbusy montowane we współpracy z doświadczonymi zagranicznymi producentami napędów elektrycznych (Cegelec i Škoda w Czechach, Ganz Tranelectro na Węgrzech, Vossloh w Niemczech) zaowocowało dynamicznym wzrostem sprzedaży eksportowej w tym segmencie. Rycina 10 ilustruje dynamikę wzrostu

produkcji i eksportu trolejbusów produkowanych w Polsce. Od 2002 roku cały eksport tego typu pojazdów związany był z produkcją Solarisa. Najlepszym rokiem w zakresie produkcji i eksportu trolejbusów był 2010 z liczbą ponad 100 pojazdów.

Ryc. 10. Wielkość eksportu trolejbusów na tle sprzedaży krajowej w latach 1989–2013

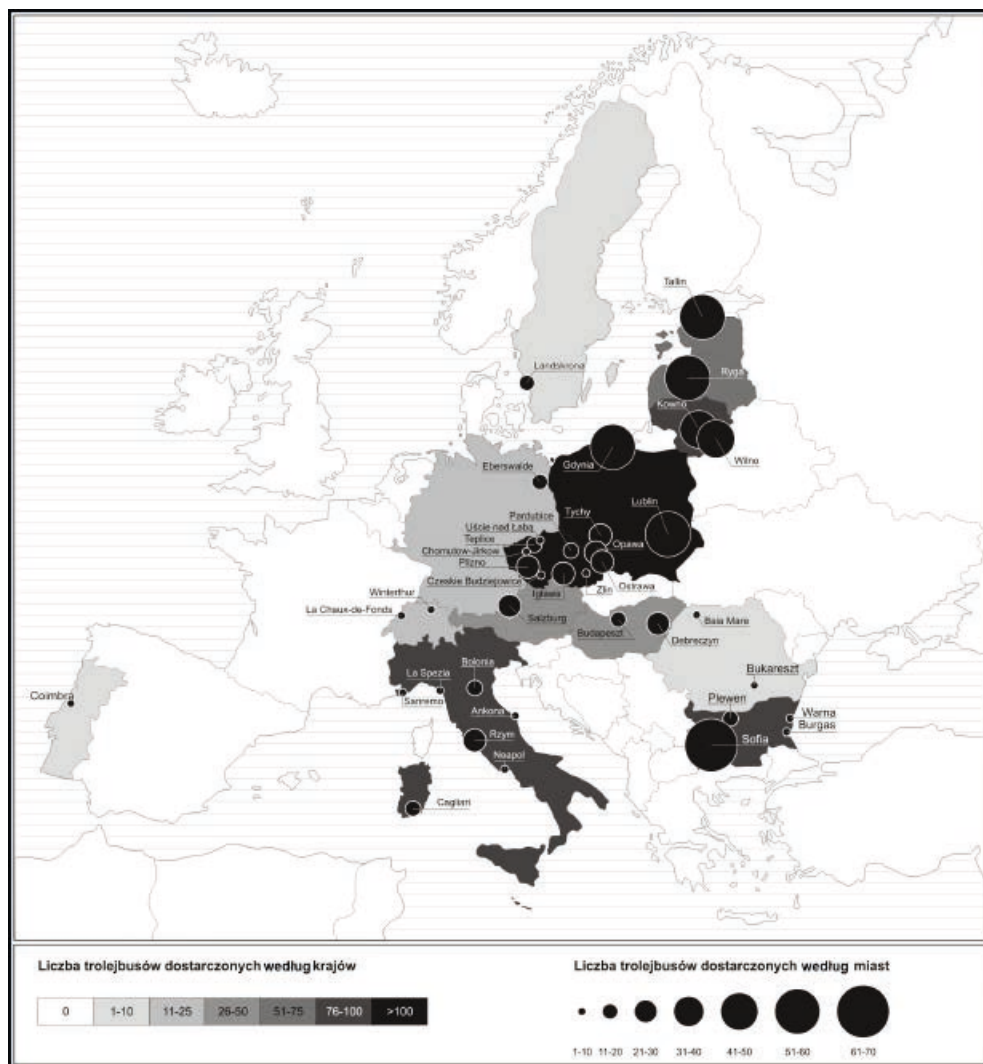


Źródło: opracowanie własne na podstawie Połom, Turzański, 2011; Połom, Turzański, 2015

W latach 2001–2014 Solaris wyprodukował blisko 700 trolejbusów, z czego 133 dostarczono do trzech polskich przedsiębiorstw w Gdyni, Lublinie i Tychach. Pozostałe pojazdy sprzedano na rynkach zagranicznych. Na ryc. 11 przedstawiono przestrzenną dystrybucję trolejbusów Solaris w analizowanym okresie. Dominującym kierunkiem eksportu trolejbusów Solaris Trollino były: Bułgaria (78 sztuk), Czechy (149), Litwa (87) i Włochy (80). Wśród miast eksploatujących największą liczbę polskich trolejbusów były Sofia (64), Ryga (52), Tallin (51), Wilno (45) i Kowno (42). Najbliższe lata znacząco zwiększą wielkość eksportu, ponieważ podpisano kontrakty na dostawy trolejbusów m.in. do Budapesztu (108) i Rygi (100).

Komunikacja trolejbusowa w Polsce nie cieszyła się dotychczas zbyt dużą popularnością. Tym bardziej niewielu nawet największych entuzjastów spodziewać się mogło powstania w naszym kraju jednego z najważniejszych producentów trolejbusów niskopodłogowych w Europie. Obecnie do takiego miana pretenduje Solaris. Prowadząc elastyczną politykę pozyskiwania kooperantów w zakresie wyposażenia elektrycznego pojazdów, polska fabryka stała się wiodącym producentem, zyskującym uznanie przewoźników. Pojawiła się na kilku hermetycznych rynkach, takich jak czeski, szwajcarski czy włoski, oraz przełamała funkcjonujący tam od wielu lat monopol, wpływając pozytywnie na urealnienie cen pojazdów, a tym samym przyczyniła się do pozytywnego spojrzenia na komunikację trolejbusową.

Ryc. 11. Sprzedaż krajowa i eksport trolejbusów marki Solaris w latach 2001–2014



Źródło: opracowanie własne na podstawie Połom, Turzański, 2015

## PODSUMOWANIE

Okres 25 lat przemian gospodarczych (od 1989 roku) to czas dynamicznych zmian na rynku producentów autobusów w Polsce. Transformacja tej części sektora przemysłu motoryzacyjnego to przejście od dominacji dwóch państwowych fabryk, Autosana i Jelcza, do zderegulowanego rynku z obecnością prawie wszystkich europejskich koncernów i pojawienia się nowych, prywatnych marek autobusów. Przed 1989 rokiem krajowe fabryki nie

produkowały wszystkich typów autobusów, na które pojawiał się zapotrzebowanie, więc występował import ikarusów z Węgier. Eksport polskich autobusów praktycznie nie istniał.

Od połowy lat 90. sytuacja się odwróciła. Pozycja dominujących spółek malała, import węgierskich autobusów wygasł, a lukę na rynku wypełniać zaczęli producenci z Europy Zachodniej, w szczególności MAN, Neoplan, Scania i Volvo. Pojawił się też import autobusów innych producentów, w tym Mercedesa, a pod koniec lat 90. zaczęły powstawać prywatne spółki produkujące pojazdy pod nowymi markami. Istotne dla polskiej gospodarki było lokowanie montażu, a następnie produkcji przez europejskie koncerny. Początkowo proces ten związany był z ominięciem barier celnych, a następnie z ograniczeniem kosztów produkcji przy zachowaniu równoważnej jakości.

W analizowanym okresie dwaj producenci przenieśli do Polski dominującą część produkcji autobusów (MAN z Niemiec i Volvo ze Szwecji), a dla Scanii zakład produkcyjny w Słupsku stał się ważnym elementem rozwoju. Na bazie doświadczeń w produkcji autobusów Neoplana utworzono pod Poznaniem fabrykę Solarisa, produkującą autobusy, autokary i trolejbusy pod nową marką. Dynamiczny rozwój tego producenta stawiany jest obecnie za wzór sukcesu ekonomicznego. Autobusy i trolejbusy Solarisa są eksploatowane w kilkudziesięciu państwach na całym świecie. Ponadto powstały inne prywatne spółki, AMZ w Kutnie, Solbus w Solcu Kujawskim i CMS Auto w Sulejówku, które rozwijały własne konstrukcje i zwiększały swój udział w rynku krajowym i eksporcie.

Pomimo zapaści tradycyjnych producentów autobusów Polska stała się ważnym ośrodkiem produkcji tego typu pojazdów w Europie. Osiągnęła ważną pozycję w produkcji autobusów miejskich i trolejbusów. Istotnym wyróżnikiem polskich producentów autobusów jest innowacyjność wytwarzanych pojazdów. Zarówno rodzime marki, AMZ, Solaris i Solbus, jak i zagraniczne, MAN, Scania i Volvo, produkują w Polsce autobusy proekologiczne (Wolszak, 2005; Rusak, 2008). Prawie wszyscy producenci oferują pojazdy hybrydowe i zasilane gazem CNG, ale to rodzimi producenci stali się liderami w wytwarzaniu pojazdów elektrycznych i zasilanych paliwem LNG.

Polityka Unii Europejskiej wiąże przyszłość transportu miejskiego z elektromobilnością oraz ograniczaniem emisyjności pojazdów w miejscu eksploatacji, więc wybrana przez krajowych producentów droga rozwoju wydaje się prawidłowa. Na szczególną uwagę zasługuje Solaris, który przy początkowym braku odpowiedniego know-how, a także przy pewnych ograniczeniach finansowych, stał się ważnym graczem w państwach Europy Zachodniej, zdominowanej przez kilku producentów (Dyr, 2009; Rusak, 2009; Gwosdz i in., 2011). Rozwijając własne kompetencje projektowe, stał się konkurencyjny względem MAN-a, Mercedesa, Volvo i innych producentów, a w ostatnich latach wyprzedził ich rozwojem proekologicznych pojazdów, w szczególności autobusów elektrycznych (Wołoszyn, 2012).

Wzrost produkcji autobusów w ostatniej dekadzie wiąże się z ewolucją strategii biznesowej zachodnich koncernów, które zlokalizowały produkcję w Polsce i zorientowały ją na eksport. Znaczący udział we wzroście produkcji miała spółka Solaris, której pojazdy sprzedawane są z sukcesem na wiele rynków zagranicznych. Rozwój produkcji autobusów w Polsce można interpretować w szerszym kontekście ekspansji przemysłu motoryzacyjnego



w Europie Środkowej, gdzie oferowane są relatywnie niskie koszty pracy, wysoka jakość i bliskość rynków zbytu w Europie Zachodniej (Wieloński, 2009).

W przyszłości produkcja autobusów w Polsce będzie nadal uzależniona od eksportu. Relatywnie niewielki popyt krajowy, dodatkowo podlegający wahaniom w czasie i uzależniony od zewnętrznych źródeł finansowania (np. w ramach projektów finansowanych przez Unię Europejską), nie może stać się podstawą planu biznesowego firm funkcjonujących w Polsce i posiadających znacznie większe moce produkcyjne. Konkurencją dla polskich fabryk może w przyszłości stać się niższa cena pracy w Turcji lub krajach Afryki Północnej i w konsekwencji przenoszenie produkcji w te rejony (Gwosdz i in., 2011). Wydaje się jednak, że sieć współpracy zbudowana wokół fabryk, w tym silny potencjał badawczo-naukowy, dostawców podzespołów i wysoka jakość pracy wpłyną na ugruntowanie pozycji Polski jako ważnego ośrodka produkcji autobusów.

## Literatura References

- Ambukita, E. (2013). Bezpośrednie inwestycje zagraniczne w województwie wielkopolskim. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu*, 315, 33–42.
- Czapliński, P., Stawarska, A. (2010). Przejawy procesu globalizacji w sferze produkcji na przykładzie Scania Production Słupsk S.A. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 16, 176–186.
- Ćwikła, M. (2014). Przemiany strukturalne w produkcji autobusów w Polsce. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 27, 164–180.
- Domański, B., Guzik, R., Gwosdz, K., Dej, M. (2013). The crisis and beyond: the dynamics and restructuring of automotive industry in Poland. *Int. J. Automotive Technology and Management*, 2 (13), 151–166.
- Dyr, T. (2009). Solaris na europejskim rynku autobusowym. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 3, 14–20.
- European Automobile Manufacturers Association (2014, 27 listopada). Pozyskano z <http://www.acea.be>
- Gierańczyk, W. (2003). Wybrane aspekty konkurencyjności polskiego przemysłu w dobie globalnych wyzwań. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 6, 77–86.
- Gwosdz, K., Guzik, R., Domański, B. (2011). Environmental pressure in fragmented markets: the fall and rise of bus makers in Poland. *European Review of Industrial Economics and Policy*, 3. Pozyskano z <http://revel.unice.fr/eriep/index.html?id=3317>.
- Infobus (2014, 20 listopada). Pozyskano z <http://www.infobus.com.pl>.
- JMK Analizy Rynku Transportowego za lata 1998–2014, materiały niepublikowane.
- Kierecki, A. (2000). Zmiany na polskim rynku autobusowym w latach 1999–2000. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 11, 26–32.
- Kierecki, A. (2003). Kapena i Irisbus razem na rynku polskim. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 7–8, 23–24.
- Klukowski, A., Rusak, Z. (2007). CMS Auto – komfort w każdym wymiarze. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 7–8, 42–45.
- Lizak, P. (2009). Kształtowanie się przemysłu samochodów osobowych w krajach Europy Środkowej w latach 1997–2007. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 14, 50–56.
- Pawlak, G. (2011). Tradycja i nowoczesność: sto lat autobusów Scania. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 9, 10–16.

- Połom, M., Turzański, B. (2011). Doświadczenia Solaris Bus & Coach w produkcji trolejbusów. *TTS Technika Transportu Szybowego*, 4, 42–49.
- Połom, M., Turzański, B. (2015). Produkcja i sprzedaż trolejbusów Solaris Trollino w latach 2011–2014. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 4, 8–12.
- Rusak, Z. (2000). Producenci na rynku autobusowym w Polsce. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 1–2, 16–24.
- Rusak, Z. (2002). Polskie zakłady MAN-a istotnym elementem nowej strategii MAN Bus GmbH. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 7–8, 60–63.
- Rusak, Z. (2008). Producenci na rynku autobusów w Polsce. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 1–2, 34–41.
- Rusak, Z. (2009). Pięciotysięczny autobus z Bolechowa. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 5, 6–14.
- Rusak, Z. (2010). Zwiększenie mocy produkcyjnych w Scania Production Słupsk. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*. 6, 18–22.
- Rutka, G. (2008). Autobusy z Sulejówka. *Trailer*, 12, 36–37.
- Sala, S. (2006). Polskie firmy na tle zagranicznych korporacji w dobie globalizacji. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 9, 170–180.
- Stefaniak, P. (2001). Autosan S.A.: Sylwetka firmy. *Boss–Gospodarka*, 35, 23–24.
- Wieloński, A. (2009). Polska regionalnym centrum europejskiego przemysłu motoryzacyjnego. *Prace i Studia Geograficzne*, 42, 187–200.
- Wieloński, A. (2010). Wielkość i struktura eksportu miarą konkurencyjności polskiego przemysłu. *Prace Komisji Geografii Przemysłu Polskiego Towarzystwa Geograficznego*, 15, 99–104.
- Wolszczak, K. (2005). Nowości Solbusa. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 7–8, 50–51.
- Wołoszyn, R. (2012). Dwunastometrowy Solaris Urbino electric: dopełnienie oferty. *Autobusy: Technika, Eksploatacja, Systemy Transportowe*, 10, 10–14.

**Marcin Połom**, magister, Uniwersytet Gdański, Wydział Oceanografii i Geografii, Instytut Geografii, Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego. Asystent w Katedrze Geografii Rozwoju Regionalnego Uniwersytetu Gdańskiego od 2012 r. Wcześniej zawodowo związany z Przedsiębiorstwem Komunikacji Trolejbusowej w Gdyni. Główne zainteresowania naukowe związane z transportem miejskim, w szczególności prace badawcze w zakresie rozwoju i funkcjonowania komunikacji trolejbusowej na świecie, przemian funkcjonowania i eksploatacji proekologicznych, głównie elektrycznych form komunikacji zbiorowej i historii transportu. Autor ponad 70 publikacji naukowych dotyczących transportu miejskiego.

**Marcin Połom**, University of Gdansk, Faculty of Oceanography and Geography, Institute of Geography, Department of Regional Development Geography. Assistant in the Department of Regional Development Geography at the University of Gdansk since 2012. Prior to that he was professionally connected with the Trolleybus Transport Company in Gdynia. Main research interests related to urban transport, in particular research on the development and functioning of the trolleybus transport in the world, change of the pro-ecological functioning and operation, mainly electrical forms of public transport and transport history. Author of more than 70 scientific publications on urban transport.

**Adres/address:**

Uniwersytet Gdański  
Wydział Oceanografii i Geografii  
Instytut Geografii  
Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego  
ul. J. Bazyńskiego 4, 80-952 Gdańsk, Polska  
e-mail: marcin.polom@ug.edu.pl