Fundusze Europejskie Program Regionalny | Rzeczpospolita Polska | URZĄD MARSZAŁKOWSKI WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO | Unia Europejska Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

RYNEK SZWECJI

BRANŻA CHEMICZNA

Agencja Rozwoju Pomorza S.A.
Spółka Samorządu Województwa Pomorskiego

Pomorski BROKER EKSPORTOWY

Opracowanie powstało w ramach projektu *„Pomorski Broker Eksportowy. Kompleksowy system wspierania eksportu w województwie pomorskim."* Obejmuje charakterystykę rynku zagranicznego oraz analizy możliwości sprzedaży na rynek zagraniczny wykonanych w ramach pierwszego etapu usługi Brokera Zagranicznego w 2021 r. dla firmy oferującej usługi z zakresu nanotechnologii.

Wrzesień 2021

Spis Treści

1 Informacje o podmiocie gospodarczym 3

1.1 Charakterystyka firmy 3

1.2 Portfolio usług 3

1.3 Klienci 4

2 Charakterystyka rynku szwedzkiego 5

2.1 Rynek szwedzki: najważniejsze wskaźniki 5

2.2 Główne produkty eksportowane z rynku szwedzkiego i importowane na ten rynek 8

2.3 Import na rynek szwedzki usług badawczo-rozwojowych 12

2.4 Import z Polski do Szwecji usług badawczo-rozwojowych 20

2.5 Wartość przychodów ze sprzedaży wraz z dynamiką zmian 21

2.6 Prognozowane zmiany na rynku 30

3 Analiza sprzedaży 32

3.1 Środowisko biznesowe i prowadzenie działalności na rynku szwedzkim 32

3.2 Analiza oferty firmy 34

3.3 Przewaga konkurencyjna firmy na rynku szwedzkim 36

3.4 Analiza konkurencji na rynku szwedzkim 36

3.5 Sposoby wejścia na rynek szwedzki 39

3.6 Analiza nabywców 41

3.7 Wskazanie potencjalnych lokalizacji geograficznych dla działań firmy na rynku szwedzkim 42

3.8 Marketing i promocja dla sprzedaży na rynku szwedzkim 43

3.9 Uregulowania prawne 47

3.10 Bariery formalne i nieformalne prowadzenia działalności gospodarczej i wprowadzania produktów na rynku szwedzkim 48

3.11 Środowisko otoczenia biznesu 49

3.12 Rekomendowane wydarzenia gospodarcze 50

3.13 Szwedzkie normy kulturowe 51

Źródła 60

1 Informacje o podmiocie gospodarczym

1.1 Charakterystyka firmy

Firma jest pionierem w zakresie komputerowego modelowania aktywności biologicznej/toksyczności/właściwości fizykochemicznych nanomateriałów.

Zgodnie z informacją zawartą w Dziale 3 KRS działalność Przedsiębiorstwa obejmuje następujące obszary:

- 72.11 Z - Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie biotechnologii
- 72.19 Z - Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie pozostałych nauk przyrodniczych i technicznych
- 72.20 Z - Badania naukowe i prace rozwojowe w dziedzinie nauk społecznych i humanistycznych
- 71.20 A - Badania i analizy związane z jakością żywności
- 71.20 B - Pozostałe badania i analizy techniczne
- 71.12 Z - Działalność w zakresie inżynierii i związane z nią doradztwo techniczne
- 74.10 Z - Działalność w zakresie specjalistycznego projektowania
- 74.90 Z - Pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, gdzieindziej niesklasyfikowana
- 70.10 Z - Działalność firm centralnych (head offices) i holdingów, zwyłączeniem holdingów finansowych
- 85.59 B - Pozostałe pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane.

1.2 Portfolio usług

W ofercie Firmy znajdują się specjalistyczne usługi skierowane do jednostek przemysłowych i naukowych, w takich branżach jak chemiczna, agrochemiczna, przemysł farmaceutyczny i kosmetyczny. Należą do nich:

- komputerowe projektowanie związków chemicznych, a także dokowania molekularnego oraz screeningu wirtualnego;
- ocena toksyczności
- analiza danych za pomocą uczenia maszynowego i sztucznej inteligencji;
- wskazanie substancji alternatywnej i zamienników, które obejmuje identyfikację substancji, której substytuty są poszukiwane, przeszukanie dostępnych baz zarejestrowanych substancji chemicznych w celu znalezienia alternatywnej substancji chemicznej, przygotowanie raportu wskazującego listę substancji alternatywnych do dalszej weryfikacji pod kątem kryteriów ekonomicznych;
- doradztwo w zakresie przeprowadzania analizy danych w oparciu o metody uczenia maszynowego oraz sztucznej inteligencji;
- analiza nanomateriałów za pomocą metod komputerowych w celu oszacowania ich aktywności biologicznej i właściwości poprzez wykorzystanie najnowszego dostępnego oprogramowania specjalistycznego,

- projektowanie nowych nanomateriałów o wybranych właściwościach zgodnie z paradygmatem Safe-by-Design.

1.3 Klienci

Oferowane przez firmę usługi skierowane są przede wszystkim do branży chemicznej, agrochemicznej, farmaceutycznej i kosmetycznej. Firma współpracuje także z ośrodkami badawczymi.

W strukturze klientów Firmy można wyróżnić następujące segmenty:

- pośrednicy rejestracji substancji
- doradcy chemiczni
- bezpośredni producenci substancji chemicznych
- podmioty rejestrujące substancje chemiczne w European Chemicals Agency (ECHA)

2 Charakterystyka rynku szwedzkiego

Analiza została przeprowadzona w oparciu o dane zaczerpnięte z wtórnych źródeł danych, takich jak: statystyki i opracowania rządowe, samorządowe, branżowe, instytucji gospodarczych, organizacji, zrzeszeń; prace naukowe (publikacje naukowe, raporty badawcze instytucji naukowych); publikacje w massmediach (w tym prasa codzienna, czasopisma fachowe).

2.1 Rynek szwedzki: najważniejsze wskaźniki

Poniżej przedstawiono kluczowe wskaźniki makroekonomiczne gospodarcze, społeczne i finansowe dla rynku szwedzkiego.

Tabela 1 Kluczowe wskaźniki makroekonomiczne gospodarcze, społeczne i finansowe

STOLICA Sztokholm POWIERZCHNIA 449 964 km² LICZBA LUDNOŚCI 10,3 mln WALUTA Korona szwedzka (SEK)	PKB 564,8 mld USD PKB PER CAPITA 55 815 USD DYNAMIKA PKB 1,2%	KLASA RYZYKA WG. KLASYFIKACJI OCED (0-7) 0 POZYCJA W RANKINGU "DOING BUSINESS" (1-190) 10 POZYCJA W RANKINGU "CORRUPTION PERCEPTIONS INDEX" (1-180) 3 POZYCJA W RANKINGU "INDEX OF ECONOMIC FREEDOM" (1-180) 21 POZYCJA W RANKINGU "GLOBAL INNOVATION INDEX" (1-131) 2

Źródło: Dane OCED 2020, analiza ADM Consulting Group

Sytuacja polityczna

Królestwo Szwecji jest największą gospodarką krajów skandynawskich. Kraj o powierzchni 449 964 km² jest zamieszkany przez ponad 10 milionów mieszkańców, w tym 2.3 miliony w stolicy Sztokholm. W Szwecji obowiązuje monarchia konstytucyjna oraz demokracja parlamentarna. Około 82% mieszkańców to członkowie Szwedzkiego Kościoła Ewangelicko – Luterańskiego. Szwecja należy m.in. do ONZ, OECD, UE, strefy Schengen, OBWE, MFW, WTO.[1]

Szwecja ma wielopartyjny krajobraz polityczny i długą tradycję rządów mniejszościowych, co sprzyja tworzeniu polityki budowania konsensusu. Obecny rząd szwedzki, składający się z Partii Socjaldemokratycznej (SAP) i Partii Zielonych, objął urząd w styczniu 2019 r. Stefan Löfven został

[1] MINISTERSTWO ROZWOJU, PRACY I TECHNOLOGII, Szwecja (Królestwo Szwecji) Informacja o stosunkach gospodarczych z Polską, 2020 r.

ponownie wybrany przez szwedzki parlament na stanowisko premiera i po kilkumiesięcznych negocjacjach podpisano ramowe porozumienie dotyczące polityki rządu w dziesięciu obszarach. Porozumienie polityczne między koalicją a dwoma małymi partiami centroprawicy stanowi przesunięcie polityki w kraju w stronę prawicy. Rosnąca popularność skrajnie antyimigranckich Szwedzkich Demokratów (SD) zatarła podział polityczny, zachęcając do współpracy partie z różnych stron w celu wykluczenia SD z procesu tworzenia polityki. W dniu 21 czerwca 2021 r. Löfven został odwołany po prawie siedmiu latach sprawowania władzy. Kryzys w szwedzkim rządzie ma związek z planowaną reformą, która przewiduje złagodzenia kontroli czynszów w nowo budowanych mieszkaniach. Stefan Löfven podał się do dymisji. Premier zrezygnował tym samym z możliwości rozpisania wcześniejszych wyborów. Nowy rząd będzie musiał wyłonić podzielony parlament. Dymisja premiera Loefvena oznacza, że konsultacje w sprawie wyłonienia nowego gabinetu prowadzić będzie przewodniczący parlamentu Andreas Norlen z Umiarkowanej Partii Koalicyjnej. Aby powstał nowy rząd potrzebne będą ponadpartyjne kompromisy. Ani socjaldemokraci, ani prawica nie mają większości. O ile możliwe jest skonstruowanie mniejszościowego gabinetu, to problemem będzie przyjęcie jesienią budżetu na 2022 rok. Jeżeli parlament w czterech głosowaniach nie wyłoni rządu automatycznie rozpisane zostaną przedterminowe wybory.[2]

Stosunki międzynarodowe

Szwecja jest członkiem Światowej Organizacji Handlu (WTO), Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) i Unii Europejskiej (UE). Członkostwo Szwecji w UE stanowi podstawę stosunków międzynarodowych i gospodarczych kraju. Poprzez członkostwo w UE Szwecja uczestniczy w Europejskim Obszarze Gospodarczym (UE plus Islandia, Liechtenstein i Norwegia), jest też stroną licznych umów ze Szwajcarią oraz umów o wolnym handlu UE z wieloma partnerami - takimi jak m.in. kompleksowa umowa gospodarczo-handlowa (CETA) między Kanadą a UE, która weszła tymczasowo w życie w 2017r. oraz umowa o wolnym handlu między UE a Japonią, która weszła w życie 1 lutego 2019r.[3]

Szwecja nie należy do NATO, jednak dąży do ścisłej współpracy wojskowej z NATO i USA, a także zamierza pogłębiać współpracę w regionie Morza Bałtyckiego i Europy Wschodniej.

Gospodarka

Szwedzka gospodarka cieszyła się wysokim przyrostem w latach 2014-2018, jednak prognoza na lata 2019-2023 zapowiadała spowolnienie gospodarcze. Gospodarka opiera się na stabilnej podstawie otwartego rynku, wysokiej jakości wykształconej siły roboczej, świetnej infrastrukturze i pozytywnym środowisku wobec inwestycji zagranicznych. Mniej atrakcyjnymi aspektami są stosunkowo wysoki poziom podatku dochodowego, surowe prawo pracy i niewielka ilość małych przedsiębiorstw na rynku.[4]

W latach 2014-2018 szwedzka gospodarka rozwijała się szybciej niż większość państw Unii Europejskiej pod wpływem dynamicznego popytu wewnętrznego i rosnącego eksportu, oraz dzięki luźnej polityce

[2] Reuters, 21.06.2021

[3] MINISTERSTWO ROZWOJU, PRACY I TECHNOLOGII, Szwecja (Królestwo Szwecji) Informacja o stosunkach gospodarczych z Polską, 2020 r.

[4] Tamże

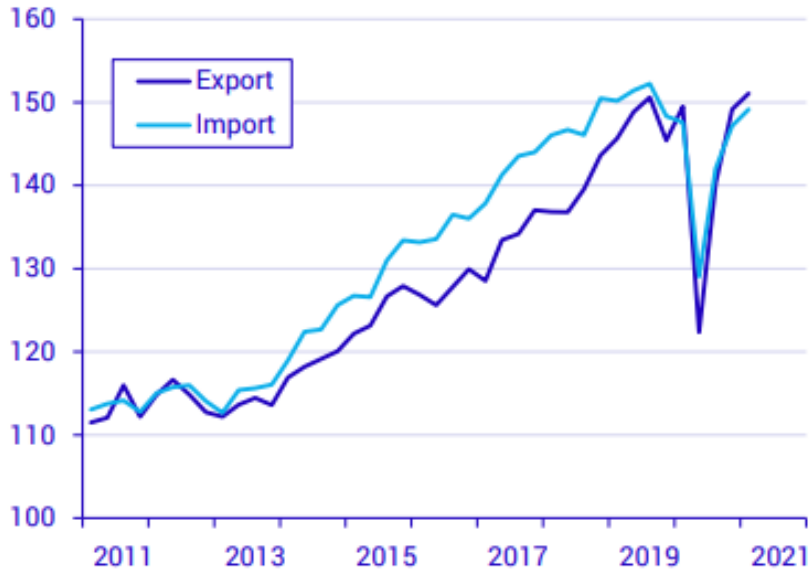
pieniężnej, dynamicznie rozwijającemu się rynkowi mieszkaniowemu i prężnej konsumpcji prywatnej. Roczna stopa realnego wzrostu PKB w tym okresie wynosiła średnio 2,9%.[5]

W pierwszej połowie 2018 r. tempo gospodarcze największej skandynawskiej gospodarki utrzymało się, a w drugiej połowie roku nieco osłabło gdyż wydatki gospodarstw domowych uległy zmniejszeniu, a inwestycje budowlane spowolniły. Jednocześnie, stałe nakłady inwestycyjne w innych obszarach utrzymały stabilny wzrost inwestycji.[6]

W pierwszej połowie 2019 r. odnotowano znaczne zmniejszenie tempa wzrostu gospodarczego do 1,6% w porównaniu z 2,5% w roku 2018. Przyczyną spowolnienia był spadek w inwestycjach stałych, które spadły o 0,3%. Znalazło to odzwierciedlenie w znaczącym spadku wydatków na inwestycje budowlane, które stanowiły 20% całkowitych wydatków kapitałowych. Wzrosły jednak wydatki inwestycyjne w innych obszarach, szczególnie w infrastrukturze transportowej. Osłabł wskaźnik konsumpcji prywatnej; wzrost zatrudnienia zmalał w ciągu roku; zaufanie konsumentów stale spada od połowy 2018 r.; stopy procentowe nieznacznie wzrosły. Tymczasem wyniki eksportu wzrosły, do czego przyczyniła się m.in. deprecjacja korony. Gospodarka Szwecji urosła w trzecim kwartale 2020 r. o 4,3 proc. kw./kw., po spadku o 8,3 proc. w drugim. Dane te okazały się nieco gorsze od średniej prognoz, która wskazywała na wzrost wynoszący 5 proc. Licząc rok do roku, PKB Szwecji spadł o 3,5 proc. w trzecim kwartale po spadku o 7,7 proc. w drugim.[7]

Po bardzo burzliwym czasie w 2020 roku szwedzka gospodarka w dużej mierze wróciła na właściwe tory. W I kwartale 2021 r. PKB wzrósł w porównaniu do IV kwartału 2020 r. o 0,8%. Zdecydowanie ożywił się także handel zagraniczny, co obrazuje poniższy diagram:

Wykres 1 Dynamika handlu zagranicznego w latach 2011-2021



Źródło: Szwedzki Urząd Statystyczny

[5] MINISTERSTWO ROZWOJU, PRACY I TECHNOLOGII, Szwecja (Królestwo Szwecji) Informacja o stosunkach gospodarczych z Polską, 2020 r.

[6] Tamże

[7] Tamże

Inflacja w 2020r. wyniosła 1,7% i była nieco niższa niż prognozowano (1,8%). W porównaniu do danych historycznych z okresu 2018-2019 również obniżyła się (2% w 2018r.). Oczekuje się, że w latach 2021-2023 inflacja pozostanie stabilna na średnim poziomie ok 1,8%.[8]

Szwecja nie należy do strefy Euro. Jej walutą jest korona szwedzka. Od końca 2017 r. szwedzka korona osłabiła się w stosunku do euro, osiągając w maju 2019 r. dziesięcioletnie minimum (średnio Skr 10,74 : 1 EUR). W roku 2020 nastąpiło odbicie i korona wzmocniła się do średnio Skr 10,18 : 1 EUR. Tren utrzymuje się w 2021 r.[9]

Według danych Eurostat, stopa bezrobocia w Szwecji wyniosła 7,9% w maju 2021r. Średnia w UE wyniosła 6.9% w tym samym okresie. Prognozy wskazują na wzrost bezrobocia w następnych latach.[10]

Wpływ pandemii COVID-19 na sytuację gospodarczą Szwecji.

W I kw. 2020 PKB Szwecji wzrósł o 0,6% w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego, w II kwartale nastąpił spadek o 7,5%, a w III kwartale spadek o 2,5%. W okresie styczeń-kwiecień nastąpił spadek produkcji w gospodarce Szwecji o 2,4%, w tym produkcja przemysłu wytwórczego spadła o 4%, budownictwo o 3,1%, usługi o 2,2%. W kwietniu 2020 r. produkcja przemysłowa spadła o 16,6%. Największy spadek produkcji odnotowano. w sektorze motoryzacyjnym – produkcja tego sektora spadła w okresie styczeń-kwiecień o 23% w stosunku analogicznego okresu w 2019 r., a tylko w kwietniu o 75,2% w relacji do kwietnia 2019 r. Znaczącej redukcji uległa także produkcja sektora maszynowego (o 11%) i metalurgicznego (o 8,6% w okresie styczeń-kwiecień 2020 r.). Przemysł chemiczny (w tym farmaceutyczny) odnotował natomiast wzrost produkcji w okresie styczeń - kwiecień 2020 r. o 22,7%, a tylko w kwietniu o 44,8%. Konsumpcja w Szwecji ogólnie nie ucierpiała w okresie pandemii. W okresie styczeń-maj 2020 r. sprzedaż wzrosła o 1%. Spadła natomiast tym okresie sprzedaż obuwia (o 28,6%) i odzieży (o21,5%) oraz biżuterii (o 11,4%), zaś wzrosły obroty handlu sprzętem elektronicznym (o 14,3%) artykułami budowlanymi (o11,8%) i artykułami sportowymi (o 8%).

2.2 Główne produkty eksportowane z rynku szwedzkiego i importowane na ten rynek

Głównymi partnerami handlowymi Szwecji są państwa członkowskie UE, w tym Polska.

Najważniejsi partnerzy eksportowi Szwecji wg stanu z 2020 r. to: Niemcy (17,8% eksportu), Niderlandy (9,4%), Norwegia (9,1%), Dania (6,6%), Chiny (5,2%), Finlandia (4,9%), Wielka Brytania (6,6%), Belgia (4,4%) oraz Polska (4,2%). Szwecja eksportuje głównie maszyny - w tym komputery, pojazdy, maszyny i urządzenia elektryczne, paliwa mineralne - w tym ropę, papier i artykuły papiernicze, farmaceutyki, żelazo i stal.[11]

Główni partnerzy importowi to: Norwegia (10,6%), importu Niemcy (10,3%), USA (7,6%), Finlandia (7,1%), Dania (6,9%), Wielka Brytania (5,3%), Niderlandy (5,2%), Chiny (4,7%), Francja (4%), Belgia

[8] MINISTERSTWO ROZWOJU, PRACY I TECHNOLOGII, Szwecja (Królestwo Szwecji) Informacja o stosunkach gospodarczych z Polską, 2020 r.
[9] Bankier.pl, czerwiec 2021
[10] Eurostat, czerwiec 2021, analiza ADM
[11] Sweden Statistics SCB, lipiec 2021, analiza ADM

(3,9%) oraz Polska (3,2%). Szwecja importuje głównie maszyny, ropę naftową i produkty ropopochodne, chemikalia, pojazdy silnikowe, żelazo i stal, artykuły spożywcze i odzież.[12]

W pierwszych trzech miesiącach 2020 roku nie zaobserwowano żadnego bezpośredniego efektu pandemii w szwedzkim handlu zagranicznym. W kwietniu zarówno eksport, jak i import towarów gwałtownie spadły.[13]

W I półroczu wartość eksportu towarów spadła o 8 proc., a importu towarów o 10 proc. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Eksport wyceniono na 87,8 mld euro, a import na 83,6 mld euro, co dało nadwyżkę handlową netto w wysokości 4,1 mld euro w okresie styczeń-sierpień 2020 r. Saldo handlowe netto w I półroczu 2019 r. miało nadwyżkę w wysokości 1,9 mld euro.[14]

W całym roku 2020 wartość eksportu towarów spadła o 6 %, a importu towarów o 9 % w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. Eksport wyceniono na 142,2 mld EUR, a import na 136,8 mld EUR, co dało nadwyżkę handlową netto w wysokości 5,9 mld EUR w okresie styczeń - grudzień 2020 r. Odpowiednie saldo handlowe netto za te miesiące rok wcześniej miało nadwyżkę w wysokości 1,5 mld EUR. Economist Intelligence Unit szacuje, że eksport towarów (Incoterms: FOB) ze Szwecji wyniósł 174,6 mld USD w 2018r., wzrost w stosunku do 2017r. z 165,6 mld USD. Import towarów (FOB) wyniósł 163,3 mld USD w 2018r., uzyskując dodatni bilans handlowy 11,3 mld USD w 2018r. Wartość importu w 2017r. to 153,2 mld USD w 2017r. z nadwyżką handlową wynoszącą 12,4 mld USD. Saldo usług wyniosło nadwyżkę 2,2 mld USD w 2018r., w porównaniu z nadwyżką 5,9 mld USD w 2017r.[15]

Bilans netto w handlu zagranicznym na maj 2021 wynosi: 5.1 mln SEK. Import 128.1 mln SEK co oznacza wzrost o 26.6 % w porównaniu do analogicznego okresu w roku 2020. Eksport 133.2 mln SEK co oznacza wzrost o 30,2% w porównaniu do analogicznego okresu w 2020 r.

Główne produkty eksportowane i importowane na rynek szwedzki przedstawiają tabele poniżej.

Tabela 2 Eksport głównych grup towarowych wg klasyfikacji SITC styczeń-kwiecień 2020-2021 [mln SEK]

grupa towarowa zgodnie z klasyfikacją SITC*	Wartość okresu styczeń-kwiecień		Udział	Zmiana
			in %	in %
	2021	2020	2021	2021/2020
SUMA	**513 159**	**496 360**	**100.0**	**3**
Drzewo i papier	**51 865**	**51 526**	**10.1**	**1**
Drzewo	13 764	11 044	2.7	25
Pulpa celulozowa i odpady papierowe	8 940	8 585	1.7	4
Papier i produkty z papieru	26 659	29 624	5.2	-10
Minerały	**57 021**	**51 570**	**11.1**	**11**

[12] Sweden Statistics SCB, lipiec 2021, analiza ADM

[13] Tamże

[14] Tamże

[15] Economist Intelligence Unit

Rudy żelaza	11 962	9 359	2.3	28
Żelazo i stal	22 707	21 998	4.4	3
Metale niezależne	11 397	9 552	2.2	19
Wyroby chemiczne i gumowe	**73 233**	**88 404**	**14.3**	**-17**
Chemikalia organiczne/nieorganiczne	7 015	6 855	1.4	2
Wyroby farmaceutyczne	32 188	50 369	6.3	-36
Plastik	13 313	12 157	2.6	10
Paliwa mineralne, prąd elektryczny	**32 696**	**27 277**	**6.4**	**20**
Produkty ropopochodne	24 442	24 097	4.8	1
Maszyny, sprzęt transportowy	**228 412**	**209 597**	**44.5**	**9**
Produkcja metali	14 103	13 132	2.7	7
Przemysł maszynowy	74 520	72 329	14.5	3
Elektronika telekomunikacyjna	51 304	50 123	10.0	2
Pojazdy drogowe	73 496	59 425	14.3	24
Samochody osobowe	39 431	32 678	7.7	21
Samochody ciężarowe	9 919	7 390	1.9	34
Części i akcesoria	19 129	15 205	3.7	26
Inne środki transportu	3 007	3 200	0.6	-6
Instrumenty fotograficzne/optyczne	11 981	11 387	2.3	5
Pozostałe produkty	**69 933**	**67 986**	**13.6**	**3**
Jedzenie, napoje, tytoń	31 881	32 493	6.2	-2
Tekstylia, odzież, obuwie	14 781	13 214	2.9	12
Meble	6 677	6 235	1.3	7

** Standardowa międzynarodowa klasyfikacja handlu*

Źródło: Statistikmyndigheten SCB

Tabela 3 Import głównych grup towarowych wg klasyfikacji SITC styczeń-kwiecień 2020-2021 [mln SEK]

grupa towarowa zgodnie z klasyfikacją SITC*	Wartość okresu styczeń - kwiecień		Udział	Zmiana
			in %	in %
	2021	2020	2021	2021/2020
SUMA	498 101	461 369	100.0	8
Drzewo i papier	**12 993**	**13 616**	**2.6**	**-5**
Minerały	**40 792**	**35 238**	**8.2**	**16**
Żelazo i stal	16 284	14 658	3.3	11
Metale niezależne	8 674	6 969	1.7	24

Rudy metalofery, złom metalowy	7 240	5 421	1.5	34
Chemikalia, wyroby gumowe	**62 861**	**63 711**	**12.6**	**-1**
Chemikalia organiczne/nieorganiczne	10 989	12 502	2.2	-12
Wyroby farmaceutyczne	17 434	18 005	3.5	-3
Plastik	12 310	12 185	2.5	1
Guma surowa, wyroby gumowe	5 808	5 292	1.2	10
Paliwa mineralne, prąd elektryczny	**42 700**	**41 015**	**8.6**	**4**
Oleje ropopochodne	22 582	21 507	4.5	5
Produkty ropopochodne	15 055	16 751	3.0	-10
Maszyny, sprzęt transportowy	**227 491**	**198 045**	**45.7**	**15**
Produkcja metali	16 638	15 457	3.3	8
Maszyny przemysłowe	53 516	49 224	10.7	9
Elektronika telekomunikacyjna	81 350	71 530	16.3	14
Pojazdy drogowe	31 741	22 599	6.4	40
Samochody osobowe	18 751	16 081	3.8	17
Inne środki transportu	2 548	2 848	0.5	-11
Instrumenty fotograficzne/optyczne	13 245	12 119	2.7	9
Pozostałe produkty	**111 264**	**109 746**	**22.3**	**1**
Jedzenie, napoje, tytoń	50 399	54 871	10.1	-8
Tekstylia, odzież, obuwie	28 430	25 128	7.7	13
Meble	9 076	8 192	1.8	11

** Standardowa międzynarodowa klasyfikacja handlu*

Źródło: Statistikmyndigheten SCB

Szwecja wg danych za 2020 r. jest 8 partnerem w świecie i 7 w UE pod względem eksportu, z udziałem w 2,9%, oraz pod względem importu 17 partnerem w świecie i 11 w UE z udziałem 1,6%.

Polskie obroty towarowe ze Szwecją w ostatnich latach charakteryzowały się bardzo dynamicznym wzrostem. Od roku 1998 uległy podwojeniu. Udział Polski w obrotach Szwecji jest również istotny. W 2019 r. Polska znajdowała się na 9 miejscu wśród odbiorców szwedzkich towarów i 11 miejscu wśród krajów eksportujących na rynek szwedzki. W strukturze obrotów towarowych Polski ze Szwecją najważniejszą rolę odgrywają wyroby przemysłu elektromaszynowego (ok. 49% eksportu i ok. 36% importu w 2020 r.). Głównymi wyrobami z tej grupy eksportowanymi na ten rynek są: pojazdy samochodowe oraz ich części i akcesoria, aparatura odbiorcza dla telewizji oraz jej części, drut izolowany, części do urządzeń służących do podnoszenia, przenoszenia, załadunku lub rozładunku, łożyska toczne. Duży udział w handlu mają wyroby metalurgiczne (udział w eksporcie ok. 9%, w imporcie ok. 19%), wyroby przemysłu chemicznego (udział w eksporcie ok. 9,5%, w imporcie ok. 13%), wyroby przemysłu drzewno-papierniczego (udział w eksporcie ok. 6%, w imporcie ok.12%) oraz produkty mineralne (udział w eksporcie ok. 1%, w imporcie ok. 7%). Ważną grupę towarów eksportowanych do Szwecji stanowią meble i wyroby z drewna (płyty, sklejki itp. oraz części samochodowe, autobusy i samochody ciężarowe. Znaczący jest udział eksportu z Polski do Szwecji artykułów rolno spożywczych. W roku 2020 stanowił ogółem 9,6%, z czego 5,6% to gotowe artykuły spożywcze, 1,6% produkty pochodzenia roślinnego, 2,3% produkty pochodzenia zwierzęcego, a 0,2 % tłuszcze pochodzenia roślinnego i zwierzęcego. Od roku 2009 r., kiedy odnotowano duży spadek wzajemnych obrotów, który sięgnął ok. 30 % w porównaniu do 2008 r., wzajemna wymiana ponownie dynamicznie wzrosła. Pandemia koronawirusa spowodowała ponowne załamanie wzajemnych obrotów.

2.3 Import na rynek szwedzki usług badawczo-rozwojowych

Sposób zbierania i zestawiania danych o międzynarodowym handlu usługami reguluje podręcznik „Balance of Payments and International Investment Position Manual Sixth Edition (BPM6)" wydany w 2009 r. przez Międzynarodowy Fundusz Walutowy oraz podręcznik „Manual on Statistics of International Trade in Services" wydany w 2010 r. przez Organizację Narodów Zjednoczonych.[16]

Głównym źródłem danych jest badanie „Międzynarodowy handel usługami" w ramach którego krajowe przedsiębiorstwa są zobligowane do przekazywania informacji o wielkości dostarczonych lub nabytych usług od nierezydentów. Dane o usługach w handlu międzynarodowym przedstawiane są zgodnie z Rozszerzoną Klasyfikacją Usług w Bilansie Płatniczym (EBOPS), w której głównymi grupami są:[17]

- **Usługi transportowe** (kod usługi – SC) – obejmują usługi związane z transportem towarów, przewozem pasażerów, usługi pocztowe i kurierskie oraz pozostałe usługi wspomagające usługi transportowe takie jak: załadunek i rozładunek kontenerów, naprawa i specjalistyczne czyszczenie sprzętu itp.
- **Podróże zagraniczne** (kod usługi – SD) – obejmują wszystkie transakcje jakie miały miejsce podczas prywatnej lub służbowej podróży zagranicznej.
- **Usługi budowlane** (kod usługi – SE) – obejmują prace wykonane w ramach projektów budowlanych i instalacyjnych.

[16] *Międzynarodowy Handel Usługami – informacja metodyczna*, Narodowy Bank Polski, 2015.
[17] *2010 Extended Balance of Payments Services Classification (EBOPS 2010)* https://unstats.un.org/unsd/classifications/Econ/Download/In%20Text/EBOPS2010_english.pdf

- **Usługi ubezpieczeniowe** (kod usługi – SF) – obejmują usługi ubezpieczeń na życie, ubezpieczeń emerytalnych i rentowych, ubezpieczeń przewożonego ładunku, pozostałych ubezpieczeń bezpośrednich, usługi reasekuracyjne oraz usługi wspomagające ubezpieczenia.
- **Usługi finansowe** (kod usługi – SG) – obejmują usługi związane z pośrednictwem finansowym, usługi wspomagające (takie jak: doradztwo finansowe, zarządzanie aktywami finansowymi itp.) oraz usługi finansowe mierzone pośrednio (FISIM).
- **Opłaty z tytułu użytkowania własności intelektualnej** (kod usługi – SH) – obejmują opłaty z tytułu użytkowania znaków towarowych, umów franczyzy oraz wszelkie opłaty licencyjne.
- **Usługi telekomunikacyjne, informatyczne i informacyjne** (kod usługi –SI) – obejmują transakcje usługowe dotyczące transmisji dźwięku, obrazu danych oraz innych informacji. Do tej kategorii zalicza się również wszelkie usługi związane z użytkowaniem i naprawą sprzętu komputerowego, usługi agencji informacyjnych oraz pozostałe usługi informacyjne.
- **Pozostałe usługi gospodarcze** (kod usługi – SJ) – obejmują największa grupę transakcji. W ich zakres wchodzą między innymi: usługi badawczo-rozwojowe, usługi świadczone przez profesjonalistów, konsultacyjne oraz w zakresie zarządzania (m.in. usługi prawnicze, księgowe, audytowe, konsultacji podatkowych, usługi marketingowe oraz w zakresie public relations), oraz usługi techniczne i związane z handlem (m. in. usługi architektoniczne, inżynierskie, w zakresie utylizacji odpadów itp.).
- **Usługi kulturalne i rekreacyjne** (kod usługi – SK) – obejmują usługi audiowizualne i powiązane z nimi opłaty takie jak: opłaty związane z produkcją filmów, programów radiowych i telewizyjnych, nagrań muzycznych. Zaliczane są tu również usługi edukacyjne, medyczne oraz pozostałe usługi świadczone dla ludności.
- **Usługi rządowe** (kod usługi – SL) – obejmują wszystkie transakcje usługowe oraz wydatki osobiste na usługi poniesione przez polskich dyplomatów i pracowników konsularnych, polski personel wojskowy oraz osoby pozostające na ich utrzymaniu w kraju, w którym są zatrudnieni.
- **Usługi uszlachetniania** (kod usługi - SA) – obejmują przetwarzanie, montaż, etykietowanie, pakowanie świadczone przez podwykonawców nie będących właścicielem towarów.
- **Naprawy i konserwacja dóbr ruchomych** (kod usługi – SB) – obejmują zarówno niewielkie naprawy i konserwacje towarów, które zapewniają bieżącą eksploatację towaru, jak również remonty kapitalne zwiększające sprawność i wydajność lub wydłużające okres eksploatacji towaru.
- **Usługi niezaklasyfikowane gdzie indziej** (kod usługi – SN) – obejmują transakcje, które nie zostały sklasyfikowane do jednej z powyższych kategorii.

Mając na uwadze charakter planowanej do sprzedaży zagranicznej oferty usług świadczonych przez firmę przeprowadzona została analiza importu na rynek szwedzki usług sklasyfikowanych w kategorii **Pozostałe usługi gospodarcze** (kod usługi – SJ), w skład której wchodzą między innymi usługi badawczo-rozwojowe.

Tabela 4 Dostawcy usług z kategorii Pozostałe usługi gospodarcze importowanych przez Szwecję (wartość wyrażona w tysiącach dolarów amerykańskich)

Exporters	Imported value in 2016	Imported value in 2017	Imported value in 2018	Imported value in 2019	Imported value in 2020

World	20,756,840	22,280,109	23,759,789	23,619,718	25,887,935
Central and Eastern Europe (CEE)	8,073	21,414	23,367	27,765	
Africa	169,206	149,448	190,119	199,728	
Maghreb	4,866	4,170	7,199	7,165	
Association of South-East Asian Nations (ASEAN)	169,980	218,199	139,963	205,102	
Europe	12,449,039	14,296,336	14,557,727	15,492,788	
Commonwealth of Independent States (CIS)	157,152	189,459	304,001	211,707	
Common Market of the South (MERCOSUR)	210,015	130,176	147,634	99,528	
European Union (EU 28)	10,948,523	12,499,123	12,860,111	13,945,793	
United States of America	3,656,733	3,775,772	4,501,487	3,070,367	3,674,793
China	741,632	821,516	1,042,291	1,101,302	1,086,467
Hong Kong, China	1,087,785	1,098,097	1,007,359	1,359,134	766,241
India	477,427	518,561	694,624	759,839	710,461
Canada	448,341	474,606	573,661	464,949	427,119
Switzerland	312,976	417,013	427,915	343,590	403,782
Russian Federation	129,614	149,561	244,169	177,225	239,970

Japan	691,755	185,627	208,883	167,709	196,711
Brazil	74,429	92,870	109,988	87,661	93,119
Bulgaria	21,013	23,894	46,025	38,736	
Chile	11,391	9,129	11,329	8,285	
Argentina	134,148	28,402	30,447	9,740	
Australia	94,225	60,523	99,721	101,655	
Austria	144,544	130,852	128,162	143,974	
Belgium	504,190	477,086	591,009	553,170	
Korea, Republic of	125,080	129,274	107,274	118,225	
Latvia	47,002	74,724	51,454	49,596	
Lithuania	76,309	53,535	87,212	83,407	
Luxembourg	120,767	65,370	80,603	85,981	
Malaysia	14,709	17,469	12,981	16,122	
Malta	30,413	28,177	19,590	19,368	
Mexico	62,153	60,411	103,851	94,714	
Taipei, Chinese	44,126	45,533	61,957	56,201	
Morocco	3,207	2,029	2,360	5,710	

Netherlands	803,342	1,052,113	758,351	806,748	
New Zealand	3,981	7,100	8,615	5,710	
Nigeria	2,322	2,930	3,068	4,366	
Norway	941,251	1,090,095	867,985	900,566	
Philippines	15,925	21,414	22,422	23,063	
Poland	266,749	379,820	477,835	526,749	
Portugal	24,441	25,472	15,106	32,467	
Romania	69,341	108,311	103,733	166,253	
Uruguay	1,327	789	590	1,232	
Venezuela, Bolivarian Republic of	111	7,213	6,491	784	
Thailand	19,575	17,582	15,578	33,027	
Turkey	60,162	45,984	42,013	33,139	
Egypt	10,064	8,340	10,267	19,256	
United Kingdom	2,033,460	2,366,718	2,564,540	2,257,462	
Singapore	103,736	150,801	74,938	114,530	
Slovakia	14,930	17,808	19,944	44,670	
Slovenia	5,972	6,988	11,919	23,734	

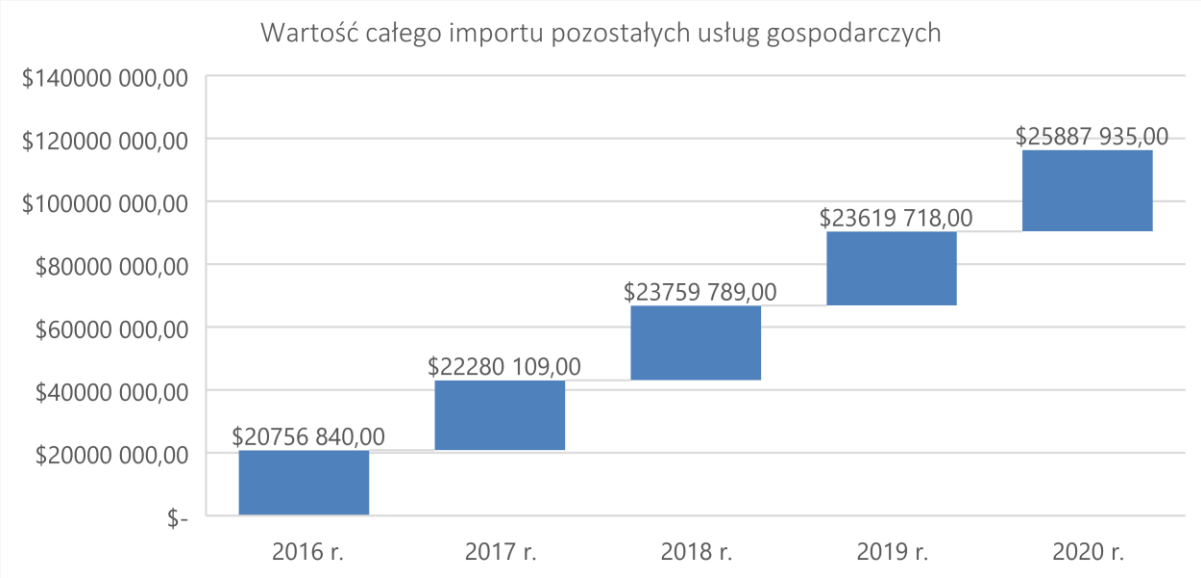
South Africa	33,399	27,500	32,926	30,116	
Spain	240,206	284,132	307,778	380,759	
Hungary	152,507	224,285	182,684	201,183	
Iceland	8,737	9,693	10,031	9,964	
Indonesia	8,294	5,184	6,491	10,188	
Ireland	966,576	1,171,131	1,461,709	1,705,635	
Italy	356,992	399,318	419,418	434,274	
Croatia	25,326	7,100	9,087	17,465	
Cyprus	69,452	61,876	48,975	62,807	
Czech Republic	127,181	193,179	60,541	68,740	
Denmark	1,188,646	1,348,643	1,240,552	1,189,411	
Estonia	74,318	64,243	95,473	135,018	
Finland	1,087,343	1,051,549	987,179	1,171,386	
France	653,932	911,906	792,693	828,803	
Germany	1,784,627	1,936,519	2,191,973	2,750,736	
Greece	58,393	34,037	43,193	90,348	

Źródło: https://www.trademap.org

Analiza powyższych danych wskazuje na rosnący trend w zakresie importu Pozostałych usług gospodarczych, w ramach których mieszczą się usługi badawczo-rozwojowe. Wartość usług

zakupionych przez Szwecję z zagranicy z 20 756 840 000,00 $ w 2016 r. do 25 887 935 000,00 $ w 2020 r. Wzrost ten obrazuje poniższy wykres.

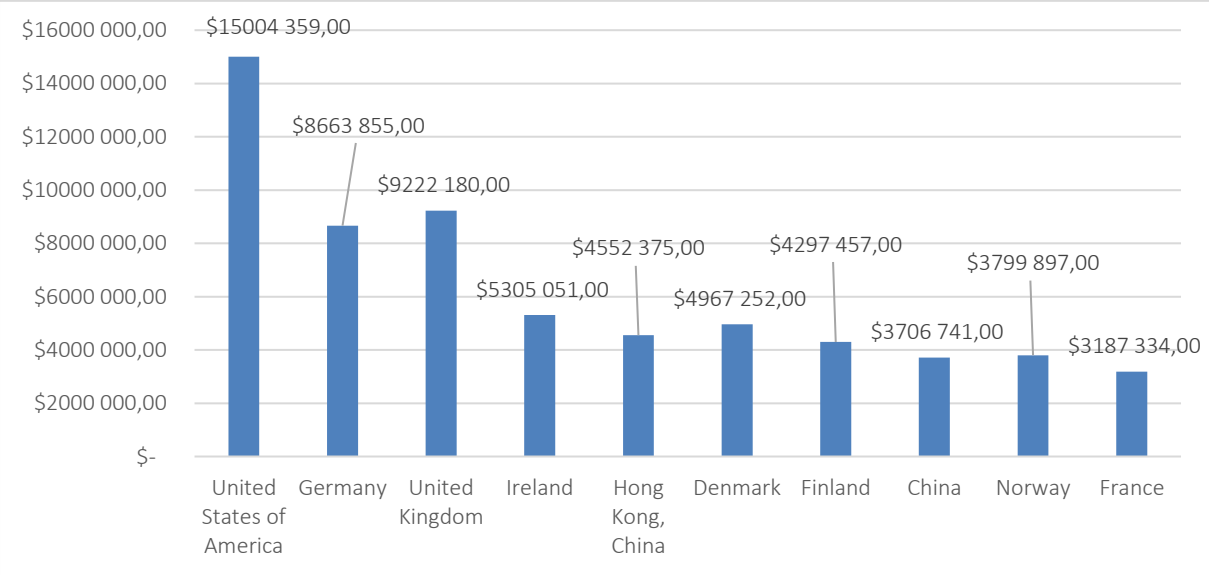
Wykres 2 Wartość całego importu pozostałych usług gospodarczych



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych https://www.trademap.org

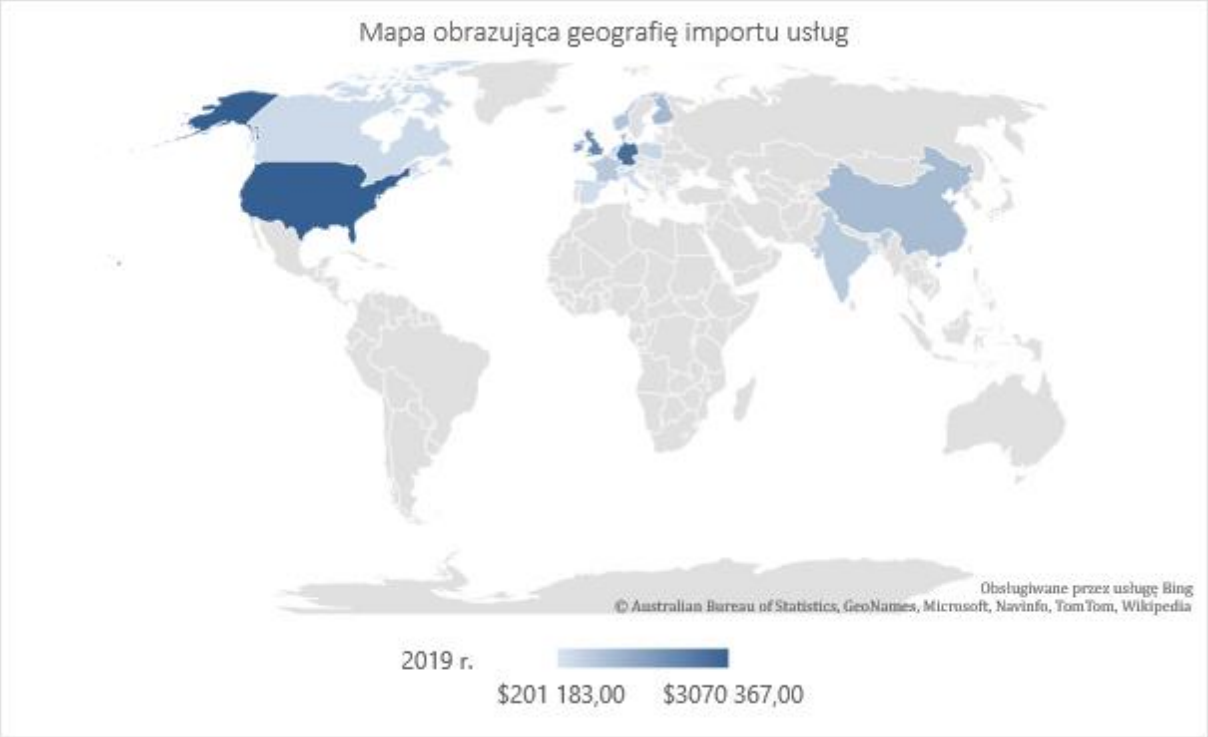
Zagregowane dane z lat 2016-2019 pokazują, że największymi partnerami importowymi w zakresie pozostałych usług gospodarczych Stany Zjednoczone, Niemcy, Wielka Brytania. Poniższy wykres przedstawia wartość importu usług z kategorii **Pozostałe usługi gospodarcze** z lat 2016-2019 od dziesięciu największych eksporterów.

Wykres 3 wartość importu usług z kategorii Pozostałe usługi gospodarcze z lat 2016-2019



Źródło: Opracowanie własne na podstawie danych https://www.trademap.org

Rysunek 1 Geografia importu usług

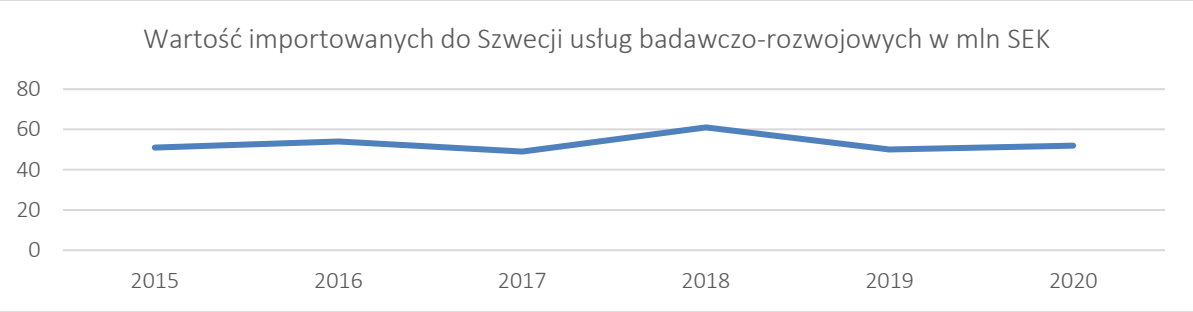


Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie danych https://www.trademap.org

Szwedzki Główny Urząd Statystyczny natomiast publikuje dane dotyczące bezpośrednio importu usług badawczo-rozwojowych. W latach 2015-2020 na rynek szwedzki trafiły importowane usługi badawczo-rozwojowe o wartości 319 111 000,00 koron szwedzkich. Wartość importu w kolejnych latach przedstawiał się następująco:

- 2015 – 51 328 000,00 SEK
- 2016 – 54 156 000,00 SEK
- 2017 – 49 266 000,00 SEK
- 2018 – 61 149 000,00 SEK
- 2019 – 50 534 000,00 SEK
- 2020 – 52 678 000,00 SEK

Wykres 4 Wartość importowanych do Szwecji usług badawczo-rozwojowych w mln SEK



Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie danych https://www.scb.se

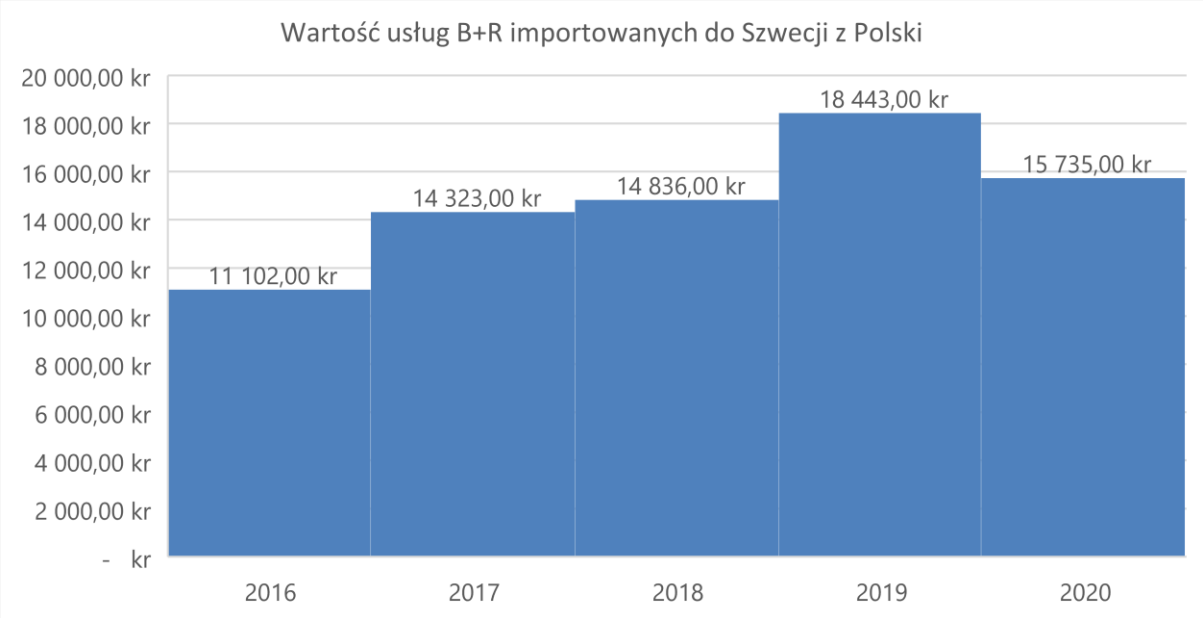
2.4 Import z Polski do Szwecji usług badawczo-rozwojowych

Szwecja należy do ważnych partnerów gospodarczych Polski, o czym świadczy stale rosnący poziom importowanych przez Szwedów towarów i usług z Polski. Wartość importu usług z Polski na rynek szwedzki systematycznie rośnie, o czym świadczą poniższe dane[18]:

- 2016 r. - 6 638 589 000,00 PLN
- 2017 r. - 7 358 923 900,00 PLN
- 2018 r. - 8 905 946 500,00 PLN
- 2019 r. - 9 720 914 000,00 PLN

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego Szwecji wartość usług badawczo rozwojowych nabytych z Polski przez szwedzkich odbiorców w 2020 r. wyniosła 15 735 mln SEK, co wobec 2016 r. stanowi wzrost o 41.73%. Łączna wartość importowanych do Szwecji z Polski usług badawczo-rozwojowych za lata 2016-2020 wyniosła 74 439 mln SEK[19].

Wykres 5 Wartość usług B+R importowanych do Szwecji z Polski



Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie danych https://www.scb.se

Bilans wymiany handlowej w zakresie usług B+R jest dodatni z punktu widzenia rynku polskiego. Skumulowana wartość za lata 2016-2020 wynosi +37 196 mln SEK.[20]

[18] Główny Urząd Statystyczny
[19] Statistics Sweden https://www.scb.se/
[20] Statistics Sweden https://www.scb.se/

2.5 Wartość przychodów ze sprzedaży wraz z dynamiką zmian

Według danych statystycznych publikowanych przez Swedish Chemicals Agency (KEMI) w 2019 r. na rynek szwedzki wprowadzono 249 730 nowych produktów chemicznych wobec 2018 r., kiedy to do obrotu trafiło 144 379 nowych produktów. W roku 2017 natomiast było to 138 496 produktów.

Dane statystyczne Europejskiej Agencji Chemikaliów (ECHA) obejmujące kres od 1 czerwca 2008 r. do 31 lipca 2021 r. plasują Szwecję na 8 miejscu pod względem liczby rejestracji chemikaliów. We wskazanym okresie miały miejsce 2 842 rejestracje 1 897 substancji chemicznych dokonanych przez 472 firmy działające na terenie Szwecji[21]. R*ozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady nr 1907/2006 REACH* regulujące kwestie stosowania chemikaliów, poprzez ich rejestrację i ocenę oraz, w niektórych przypadkach, udzielanie zezwoleń i wprowadzanie ograniczeń obrotu obejmuje różne rodzaje rejestracji: rejestracje pełne (art. 10) i półprodukty (art. 17 i 18). Substancja może być zarejestrowana dla trzech rodzajów rejestracji w jednej dokumentacji. Dlatego powyższe liczby nie sumują się do całkowitej liczby rejestracji. Statystykę przedstawia poniższa tabela:

Tabela 5 Liczba rejestracji wg typu

PODZIAŁ WEDŁUG TYPU REJESTRACJI	LICZBA REJESTRACJI	LICZBA SUBSTANCJI	LICZBA FIRM
PEŁNA REJESTRACJA	2 350	1 554	433
PÓŁPRODUKT	418	334	109
NOTYFIKACJE NONS[22]	84	82	-

Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie REACH Registration statistics

Zestawienie liczby rejestracji przedłożonych we wspólnym przedłożeniu (wielu rejestrujących) w porównaniu z rejestracją indywidualną zgłoszenia (pojedynczy rejestrujący) przedstawia poniższa tabela:

Tabela 6 Liczba rejestracji wg formy przedłożenia

PODZIAŁ WEDŁUG FORMY PRZEDŁOŻENIA	LICZBA REJESTRACJI	LICZBA SUBSTANCJI	LICZBA FIRM
REJESTRACJE WE WSPÓLNYCH ZGŁOSZENIACH	2 699	1 764	462
INDYWIDUALNE ZGŁOSZENIA	59	58	26

[21] REACH Registration statistics https://echa.europa.eu/pl/registration-statistics
[22] substancje już zgłoszone zgodnie z dyrektywą 67/548/EWG

NOTYFIKACJE NONS[23]	84	82	-
ŁĄCZNIE	2 842	1 897	472

Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie REACH Registration statistics

Tabela 7 Liczba rejestracji wg wielkości firm

PODZIAŁ WEDŁUG WIELKOŚCI REJESTRUJĄCEJ FIRMY	LICZBA REJESTRACJI	LICZBA SUBSTANCJI	LICZBA FIRM
DUŻE PRZEDSIĘBIORSTWA	1 612	1 030	232
ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWA	384	302	119
MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWA	712	660	86
MIKRO PRZEDSIĘBIORSTWA	59	49	34
NOTYFIKACJE NONS[24]	75	74	-
ŁĄCZNIE	2 842	-	-

Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie REACH Registration statistics

Tabela 8 Liczba rejestracji wg roli w łańcuchu dostaw

PODZIAŁ WEDŁUG ROLI W ŁAŃCUCHU DOSTAW	LICZBA REJESTRACJI	LICZBA SUBSTANCJI	LICZBA FIRM
IMPORTER	426	326	96
PRODUCENT	572	383	111
PRODUCENT I IMPORTER	163	159	27
WYŁĄCZNY PRZEDSTAWICIEL PRODUCENTA SPOZA UE	1 597	1 191	289
NOTYFIKACJE NONS[25]	84	82	-
ŁĄCZNIE	2 842	-	-

Źródło: Opracowanie ADM Consulting Group na podstawie REACH Registration statistics

Powyższa dane obrazują skalę rejestracji nowych substancji chemicznych, co bezpośrednio obrazuje skalę zapotrzebowania na usługi laboratoryjne w zakresie badania właściwości chemicznych substancji.

Docelową branżą, do której skierowana jest usługa eksportowa

[23] substancje już zgłoszone zgodnie z dyrektywą 67/548/EWG
[24] substancje już zgłoszone zgodnie z dyrektywą 67/548/EWG
[25] substancje już zgłoszone zgodnie z dyrektywą 67/548/EWG

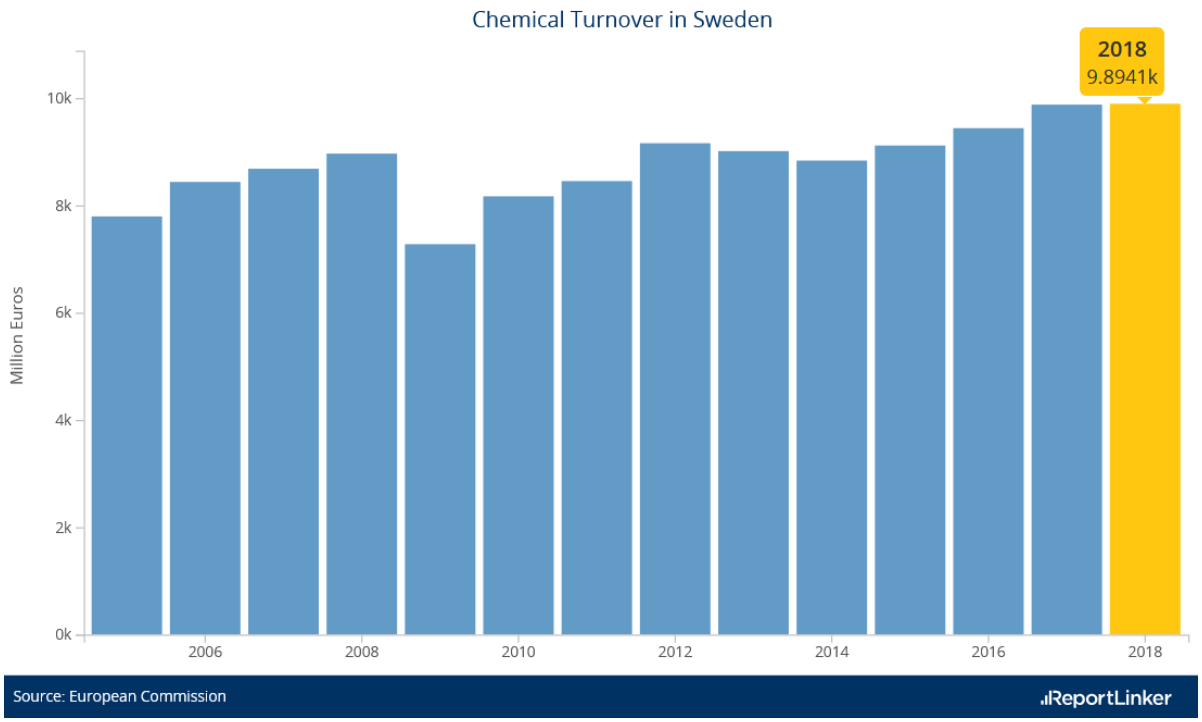
firmy , jest branża chemiczna. Jednakże, nie każda gałąź tej branży będzie adekwatna, przede wszystkim przez wzgląd na możliwości zastosowania chemii obliczeniowej do badania właściwości substancji i akceptowalność/wiarygodność tych wyników dla konkretnych sektorów. Stąd też określono, że najbardziej adekwatne sektory branży chemicznej to chemia przemysłowa, chemia rolnicza oraz, w ograniczonym zakresie, sektor farmaceutyczny, w którym metody chemii obliczeniowej będą miały zastosowanie na etapie projektowania składu leków. Poniżej przedstawione zostały podstawowe wskaźniki określające kolejne sektory, ich wielkość, chłonność i perspektywy rozwoju.

CHEMIA PRZEMYSŁOWA

Przemysł chemiczny (w tym naftowy i rafineryjny, NACE 19, chemiczny, NACE 20, oraz sektor gumy i tworzyw sztucznych, NACE 22) wyprodukował w 2019 r. 21% całkowitego szwedzkiego eksportu o wartości około 30,6 mld euro. Branża obejmuje chemikalia i produkty chemiczne, rafinację ropy naftowej, wyroby z tworzyw sztucznych i gumy, farby i powłoki, produkty higieniczne, detergenty, agrochemiczne i inne produkty chemiczne. Podstawowe chemikalia obejmują tworzywa sztuczne w formach podstawowych oraz podstawowe chemikalia organiczne i nieorganiczne. Branża zapewnia około 53 000 pełnoetatowych miejsc pracy w 2520 firmach. Wydatki na badania i rozwój w branży chemii przemysłowej wyniosły w Szwecji w 2017 r. 16,2 mln euro. Poziom wydatków nieco wzrósł w ciągu ostatnich kilku lat i wyniósł 3,4% PKB w 2017 r. Około 70 procent badań jest finansowanych ze środków prywatnych przedsiębiorstw.

Obroty na rynku chemii przemysłowej w 2018 r. osiągnęły rekordową wartość niemal 10 mld euro.

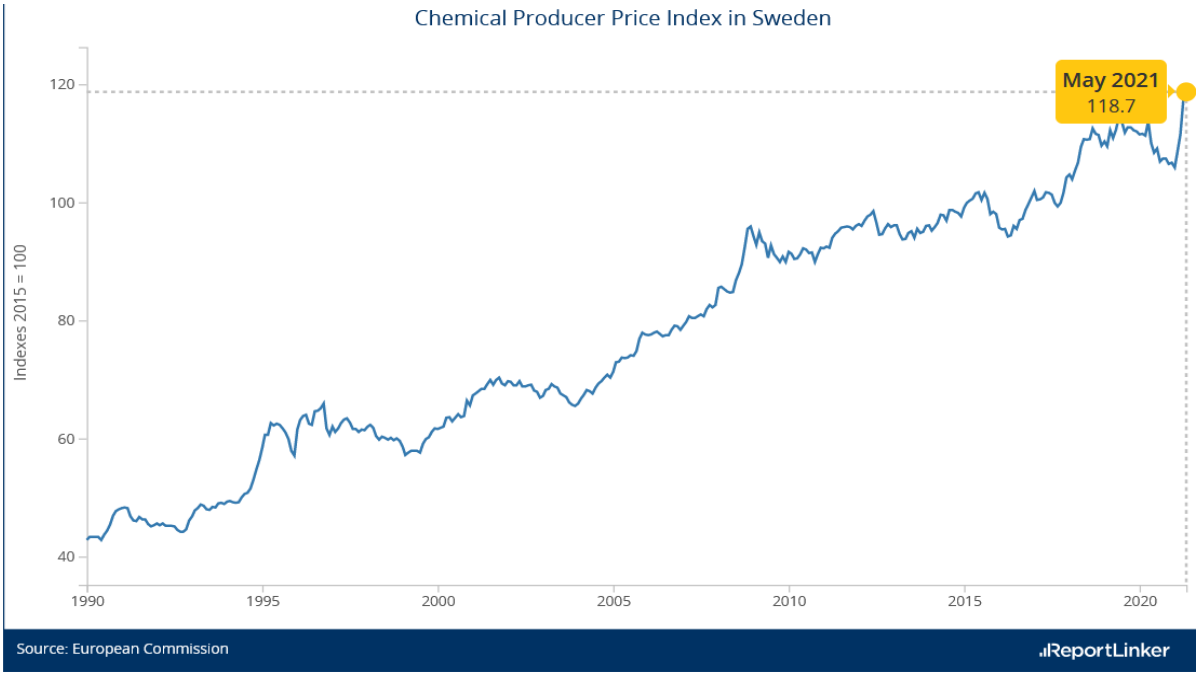
Wykres 6 Obroty na rynku chemii przemysłowej



Źródło: ReporLinker

Ceny chemii przemysłowej systematycznie rosną. Pomimo chwilowego załamania spowodowanego spowolnieniem gospodarczym wywołanym przez pandemię Sars-Cov-2, obecnie ceny osiągają rekordowe pułapy, co obrazuje poniższy wykres:

Wykres 7 Indeks cen chemii przemysłowej w Szwecji



Źródło: ReporLinker

CHEMIA ROLNICZA

Chemia rolnicza obejmuje zagadnienia badania żyzności gleby, planowaniem roślin uprawnych jak również zagadnienia nawozów i nawożenia.

W Szwecji w 2020 r. zarejestrowane było **88 firm**, które, wedle statystycznej klasyfikacji działalności gospodarczych w Unii Europejskiej NACE, zajmowały się produkcją chemii rolniczej, w tym nawozów i środków ochrony roślin.[26] Statystyka obejmuje wszystkie przedsiębiorstwa pod względem wielkości.

Według danych Szwedzkiego Urzędu Statystycznego wydatki firm zajmujących się produkcją chemii rolniczej na badania i rozwój podlegają niewielkim zmianom. Poniższa tabela przedstawia wartości nakładów na prace B+R w sektorze przedsiębiorstw zajmujących się produkcją chemii rolniczej za okres od 2007 r. do 2019 r.

Tabela 9 Nakłady na prace B+R w sektorze przedsiębiorstw za okres od 2007 r. do 2019 r.

ROK	WYDATKI W MLN SEK
2007	1 818,00

[26] SCB Statistics Sweden

2009	1 886,00
2011	1 702,00
2013	2 014,00
2015	1 464,00
2017	1 828,00
2019	2 060,00

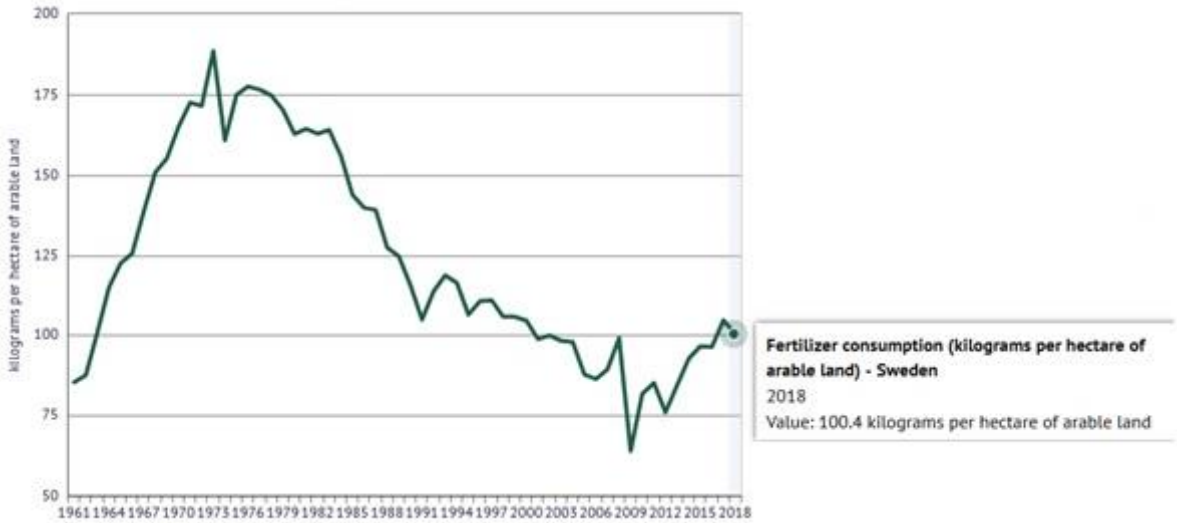
Źródło: SCB Statistics Sweden, opracowanie ADM Consulting Group

Biorąc pod uwagę, iż w 2019 r. łączna wartość nakładów na prace B+R w całym sektorze przedsiębiorstw w Szwecji wyniosła 122 651 mln SEK, wydatki sektora produkcji chemii rolniczej stanowią 1,68% wszystkich wydatków sektora prywatnego.

Nawozy

W 2018 r. zużycie nawozów w Szwecji wyniosło 100,4 kg na hektar. Zużycie nawozów w Szwecji stopniowo spadało ze 155,1 kilograma na hektar w 1969 roku do 100,4 kilograma na hektar w 2018 roku. Produkty nawozowe obejmują nawozy azotowe, potasowe i fosforowe (w tym fosforyt mielony). Tradycyjne składniki odżywcze, tj. nawozy zwierzęce i roślinne nie są uwzględnione.[27]

Wykres 8 Zużycie nawozów w Szwecji w latach 1961-2018



Źródło: Knoema

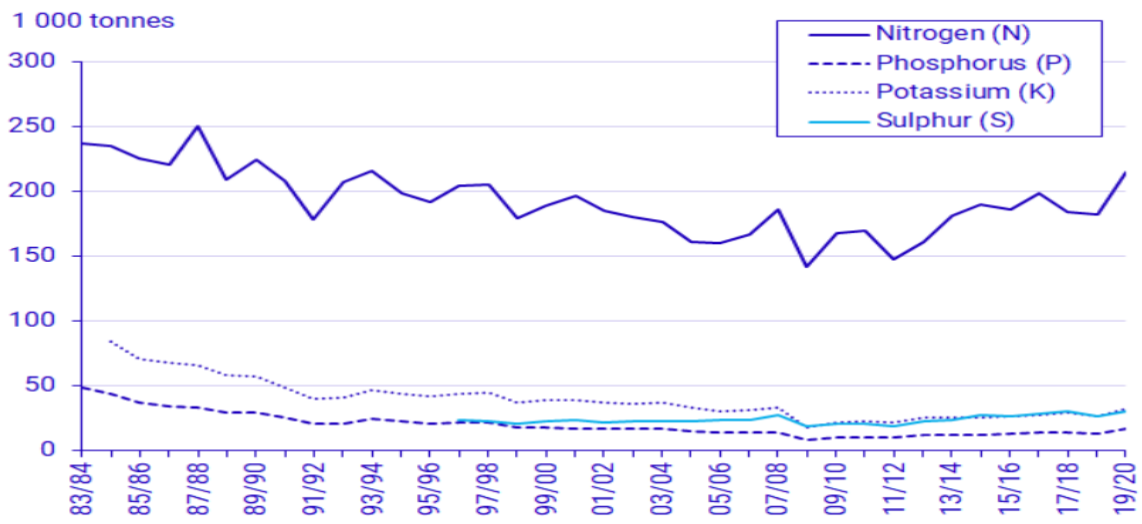
[27] Knoema https://knoema.com/atlas/Sweden/Fertilizer-consumption

Tabela 10 Sprzedaż nawozów mineralnych w Szwecji w ujęciu regionalnym (dane w tonach)

	2018/19	2019/20
STOCKHOLM	4.7	6.2
UPPSALA	13.7	12.3
SÖDERMANLAND	9.6	11.2
ÖSTERGOTLAND	20.6	22.5
JÖNKÖPING	4.0	5.1
KRONOBERG	2.0	2.6
KALMAR	10.8	12.9
GOTLAND	5.1	7.2
BLEKINGE	2.3	2.9
SKÅNE	49.9	61.6
HALLAND	10.2	13.0
VÄSTRA GÖTALAND	34.0	43.7
VÄRMLAND	2.8	3.7
ÖREBRO	8.4	8.9
VÄSTMANLAND	5.6	7.1
DALARNA	2.7	3.1
GÄVLEBORG	1.6	1.6
VÄSTERNORRLAND	1.0	1.2
JÄMTLAND	0.8	0.9
VÄSTERBOTTEN	2.0	2.7
NORRBOTTEN	1.0	1.1
SWEDEN	**195.5**	**231.8**

Źródło: Szwedzki Urząd Statystyczny, opracowanie własne

Wykres 9 Sprzedaż nawozów mineralnych w podziale na zawartość azotu, fosforu, potasu oraz siarki



Źródło: Szwedzki Urząd Statystyczny

Środki ochrony roślin

Rynek środków ochrony roślin to kolejny segment mieszczący się w kategorii chemii rolnej. Środki ochrony roślin są stosowane głównie do ochrony roślin i produktów roślinnych w rolnictwie, leśnictwie i ogrodnictwie przed atakiem grzybów, szkodników i innych roślin. W 2020 r. w Szwecji sprzedano 9 382 ton pestycydów chemicznych (w przeliczeniu na substancję czynną), co stanowi wzrost o 560,5 ton w porównaniu z rokiem poprzednim. Dominująca część (77,5%) trafiła do przemysłu głównie na impregnację ciśnieniową i próżniową drewna. Sprzedaż pestycydów do użytku przemysłowego wzrosła o 338,2 tony w 2020 roku w porównaniu z rokiem poprzednim. Sprzedaż pestycydów dla rolnictwa, w tym sadownictwa i ogrodnictwa wzrosła w 2020 roku o 175,5 tony do 1653,1 tony i stanowi obecnie 17,6 procent całości sprzedanych pestycydów. Sprzedaż regulatorów wzrostu w rolnictwie gwałtownie wzrosła z 34,5 tony do 67,7 tony, co oznacza wzrost o 33,2 tony w porównaniu z 2019 r. Sprzedaż herbicydów w rolnictwie wzrosła o około 92 tony. Również sprzedaż fungicydów w rolnictwie wzrosła o około 46 ton. Sprzedaż herbicydów (głównie mchów) na użytek prywatny (gospodarstwa domowe) wzrosła o 72,3 tony, od 309,8 do 382,1 tony[28].

Rynek dostawców środków ochrony roślin w Szwecji zdominowany jest przez zagraniczne koncerny, takie jak Kimitec Group, Certis UK, Seipasa, Kala Biotech, Terramera Corporate czy Biobest Group NV. Wśród rodzimych producentów wartymi odnotowania są NIM Distribution Center AB oraz NIFELHEIM KEMI. W 2018 r. przychody branży wyniosły 89 mln euro, w 2019 r. było to 93 mln euro, natomiast 2020 r zamknął się wynikiem 91 mln euro[29]. Szwedzki rynek pestycydów zdecydowanie kurczy się, tak jak w przypadku większości krajowych rynków w UE. Pod względem kategorii sprzedanych pestycydów najwyższe wolumeny sprzedaży w 2019 r. dotyczyły „Fungicydów i środków bakteriobójczych" (40% całości), a następnie „Herbicydów, niszczycieli naci i mchów" (33%) oraz „Insektycydów i akarycydów". (13%). Cztery państwa członkowskie UE (Niemcy, Hiszpania, Francja i Włochy) – również główni producenci rolni w UE – odnotowały najwyższy łączny wolumen sprzedaży. Spośród 18 państw członkowskich UE, dla których dostępne są dane dla wszystkich głównych grup, 12 zmniejszyło całkowitą sprzedaż pestycydów w latach 2011-2019. Największy spadek odnotowano w Danii (-42%), a następnie w pięciu krajach: Włochy, Portugalia , Czechy, **Szwecja** i Rumunia, które odnotowały spadek o ponad 20%.[30]

[28] KEMI Kemikalieinspektionen Försålda kvantiteter av bekämpningsmedel 2020

[29] European Commision Statistical Factsheet Sweden 2021

[30] Eurostat

Wykres 10 Sprzedaż środków ochrony roślin w UE w latach 2011-2019

Źródło: Eurostat

PRZEMYSŁ FARMACEUTYCZNY

Według danych Szwedzkiego Urzędu Statystycznego w Szwecji w 2020 r. zarejestrowanych było 69 przedsiębiorstw, które, wedle statystycznej klasyfikacji działalności gospodarczych w Unii Europejskiej NACE, zajmowały się wytwarzaniem produktów farmaceutycznych i preparatów farmaceutycznych[31].

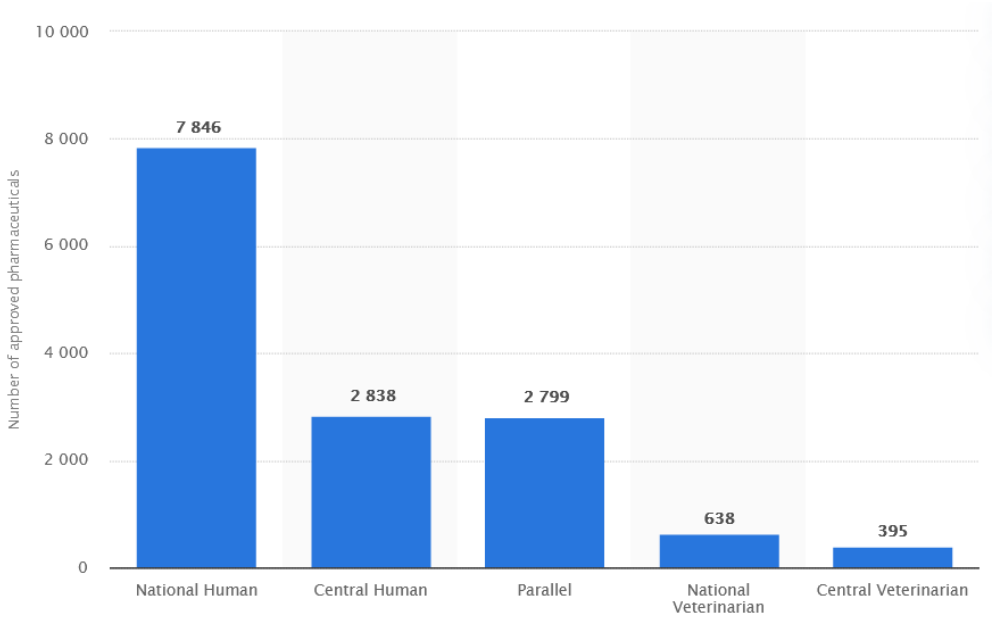
Pod względem nakładów na prace B+R Szwecja zajmuje drugie miejsce wśród krajów nordyckich. Dane dostępne na stronie Eurostat mówią o tym, że Szwedzkie firmy wydały w 2020 r. 1 104 mln euro na prace B+R. Na przełomie ostatnich lat notowany był stały wzrost nakładów na prace B+R w przemyśle farmaceutycznym. Dla porównania, w 2009 r. szwedzkie przedsiębiorstwa w branży farmaceutycznej na badania i rozwój przeznaczyły 619,5 mln euro.

Liczba rejestrowanych nowych leków jest istotna z perspektywy oceny zaangażowania rynku w rozwój branży. Dane pokazują duży potencjał i zapotrzebowanie na usługi badawcze w zakresie projektowania nowych leków.

Dane dotyczące wydatków państwa na dotowane leki oraz wyniki finansowe rynku farmaceutycznego natomiast obrazują, jaki potencjał wzrostowy ma ten rynek.

[31] SCB Statistics Sweden

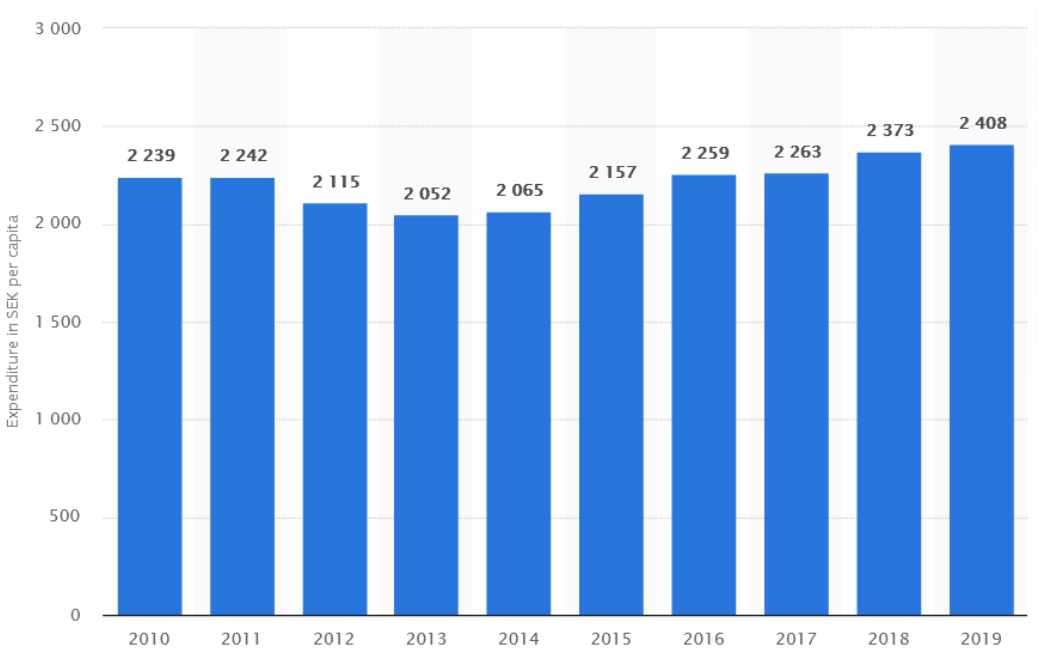
Wykres 11 Liczba zarejestrowanych nowych farmaceutyków w Szwecji w 2019 r.



Źródło: Statista.com

Tylko w 2019 r. liczba zarejestrowanych nowych leków osiągnęła w Szwecji liczbę 14 516 jednostek.

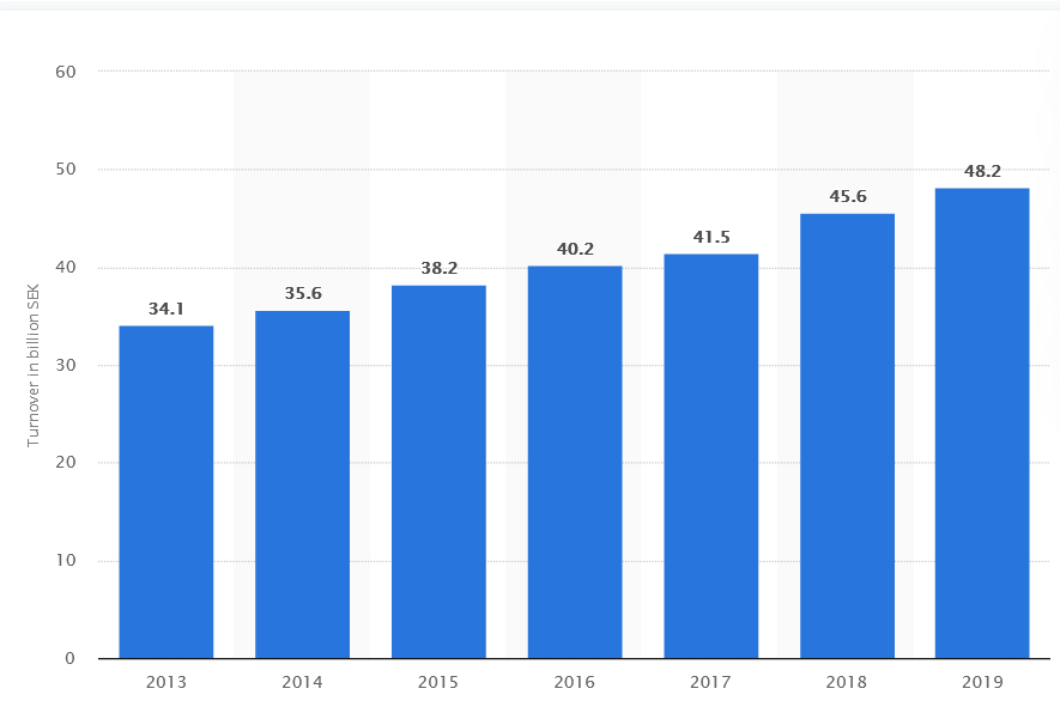
Wykres 12 Wydatki per capita na dotowane leki w Szwecji w latach 2010-2019



Źródło: Statista.com

Wydatki per capita na dotowane leki w Szwecji rosły co roku od 2013 roku, kiedy to wyniosły 2052 koron szwedzkich per capita. W 2019 roku wydatki wzrosły do 2408 koron szwedzkich na mieszkańca.

Wykres 13 Wzrost przychodów rynku farmaceutycznego w Szwecji w latach 2013-2019



Źródło: Statista.com

Powyższy wykres obrazuje potencjał rynku farmaceutycznego w Szwecji. Przychody całego szwedzkiego rynku farmaceutycznego rosły corocznie od 2013 do 2019 roku. Wzrosły z 34,1 miliarda koron szwedzkich w 2013 roku do ponad 48 miliardów koron szwedzkich w 2019 roku.

2.6 Prognozowane zmiany na rynku

Prognozowane zmiany na rynku szwedzkim w aspektach gospodarczym, społecznym i finansowym oraz zmiana w stosunku do ostatnich lat wybranych wskaźników są opisane niżej.

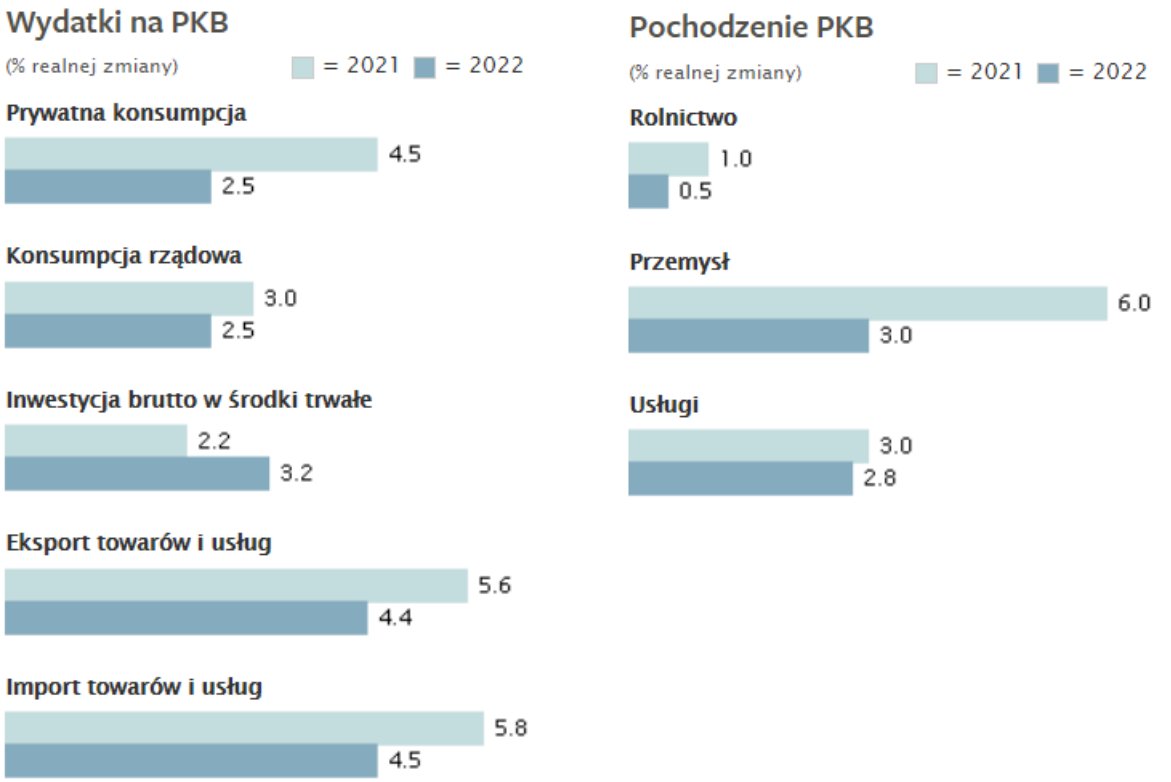
Prognozy gospodarcze wskazują na stopniowe odbudowywanie gospodarki po kryzysie roku 2020 spowodowanym pandemią COVID-19. Prognozuje się, że realny PKB wzrośnie o 3,6% w 2021 r., napędzany przez konsumpcję prywatną, po spadku o 2,9% w 2020 r.

Szwedzkie finanse publiczne pozostaną na stosunkowo silnej pozycji w porównaniu ze średnią w strefie euro, a wsparcie fiskalne rządu, zwłaszcza poprzez obniżki podatków dochodowych wzmocni ożywienie gospodarcze.

Ryzyko polityczne gwałtownie wzrosło z powodu upadku rządu mniejszościowego, ale polityka jest rozważna, a środowisko biznesowe jest jednym z najlepszych na świecie.

Wykresy i tabela poniżej zawierają wybrane wskaźniki prognozowanych zmian gospodarczych do 2022r.

Rysunek 2 Szwecja, wybrane wskaźniki gospodarcze



Źródło: Economist Intelligence Unit

Tabela 11 Szwecja, wybrane wskaźniki gospodarcze

Wskaźniki	2019	2020	2021P	2022P
PKB wzrost (%, rok do roku)	2,0	-2,9	3,6	4,6
Inflacja (%, roku do roku)	1,7	0,7	1,8	1,2
Stopy procentowe (%)	0,0	0,0	0,0	0,0

Źródło: European Commission

3 Analiza sprzedaży

3.1 Środowisko biznesowe i prowadzenie działalności na rynku szwedzkim

Poniżej przedstawione są informacje dotyczące oceny łatwości prowadzenia działalności na rynku szwedzkim.

Zapisy zawarte w umowach są w Szwecji przestrzegane. Jakość i poziom sądownictwa i służby cywilnej są wysokie, a krajowy kodeks prawny jest dobrze rozwinięty. Biurokracja jest często znacznie mniejsza niż w pozostałej części Europy kontynentalnej.

W Indeksie postrzegania korupcji Transparency International 2018[32], Szwecja zajęła trzecie miejsce spośród 180 krajów i terytoriów pod względem postrzeganej przejrzystości w sektorze publicznym. Szwecja uzyskała wynik w zakresie przejrzystości na poziomie 85/100 (im wyższy, tym lepszy), znacznie powyżej średniej UE i średniej dla Europy Zachodniej (66/100) i średniej globalnej (43/100).

Szwecja jest na **dwunastym miejscu globalnej czołówki pod względem ogólnej łatwości prowadzenia działalności gospodarczej** według rankingu "Doing Business" opublikowanego przez Bank Światowy w 2019r.[33] Ranking "Doing Business" porównuje warunki prowadzenia biznesu w 190 krajach świata. Dla porównania Niemcy są na 24 miejscu a Polska na 33 miejscu w tymże rankingu. Szwecja jest na 18 miejscu wśród 190 gospodarek pod względem łatwości założenia firmy. Do otwarcia działalności w Szwecji wymagane są średnio 3 procedury co trwa 7 dni. Średnie równoległe dla krajów OECD o wysokim dochodzie wyniosły 4,9 procedury i 9,3 dnia.

Założenie działalności i zarejestrowanie firmy w Szwecji jest proste i szybkie w wykonaniu. Dla przykładu, do zarejestrowania spółki akcyjnej wymagane jest:

- Otrzymanie wymaganych dokumentów bankowych - 1 dzień.
- Wniosek do szwedzkiego rejestru spółek (bolagsverket) - 5 dni i opłata 2200 SEK.
- Zarejestrowanie spółki w urzędzie skarbowym (bolagsverket) - 1 dzień.

Stosowane w Szwecji terminy płatności wynoszą od 30 do 120 dni. Szwedzi są terminowymi płatnikami. Deklarowany średni czas oczekiwania na płatność faktury nie powinien przekroczyć 33 dni. Stosowane formy płatności to przelewy. Przy pierwszych zamówieniach możliwe jest wynegocjowanie przedpłat w wysokości do 50% wartości zamówienia.

[32] Transparency International Corruption Perception Index
[33] World Bank Doing Business 2019

Rysunek 3 Deklarowany średni czas oczekiwania na płatność za faktury (w licznie dni)

Źródło: SMEO, za Intrum Justitia, European Peyment Report 2018

Istnieje kilka sposobów na sprawdzenie wiarygodności potencjalnego partnera biznesowego. Jednym ze sposobów jest zlecenie osobie znającej język oraz rynek szwedzki wykonanie tzw. rekonesansu. Istnieje także samodzielna możliwość zapoznania się z danymi finansowymi przedsiębiorstw na stronie Szwedzkiego Urzędu Rejestracji Bolagsverket (https://bolagsverket.se/ - serwis udostępniony jest w języku angielskim) - odpowiednik polskiego Krajowego Rejestru Sądowego, gdzie można nieodpłatnie zapoznać się z podstawowymi danymi szwedzkiej organizacji oraz za opłatą zamówić i ściągnąć roczne raporty finansowe, zaświadczenia o wpisie do rejestru, itp. Polska Agencja Inwestycji i Handlu (PAIH) (https://www.paih.gov.pl/pl) świadczy usługi wspierające eksport polskich produktów i usług na rynki zagraniczne, w tym identyfikację potencjalnych partnerów biznesowych dla polskich przedsiębiorstw. Polecamy również skontaktować z izbami handlowymi. W Gdańsku działa Polsko-Szwedzka Izba Gospodarcza (http://psig.com.pl/pl/), która świadczy m.in. usługi w zakresie pozyskiwania informacji gospodarczych na temat wybranych firm z rynku szwedzkiego (dane kontaktowe: ul. Bielańska 5, 80-851 Gdańsk, tel.: +48 58 763 14 69, e-mail: psig@psig.com.pl). Istnieje również możliwość sprawdzenia wiarygodności potencjalnego kontrahenta korzystając z odpłatnych usług wywiadowni gospodarczej wyspecjalizowanej w takich usługach, jak np. Dun & Bradstreet (D&B) Business Information Report ™: Szczegółowy raport dotyczący kredytu biznesowego dla decyzji biznesowych. Taki szczegółowy jednorazowy raport może pomóc w ocenie potencjalnego ryzyka biznesowego poprzez dostęp do informacji nt. działalności firmy, wyników finansowych i publicznych rejestrów, co może pomóc ocenić ryzyko biznesowe firmy za pomocą wskaźników ryzyka, oceny rentowności itp.

Szwedzi generalnie unikają konfliktów i starają się dotrzeć do porozumienia stron za pomocą określenia ewentualnego problemu i konkretnych możliwych rozwiązań, opierając się na faktach i bez nadmiaru emocji. Ważne są jednak zapisy umowy i przy podpisywaniu umowy, polski przedsiębiorca ma wpływ

na wybór prawa stosowanego do rozwiązania konfliktu, oraz ma możliwość współdecydowania, przed którym sądem ewentualny spór będzie rozstrzygany.

Do kontraktów często wprowadza się klauzule arbitrażowe. Warto zaznaczyć, że Szwecja jest w czołówce państw uznawanych za liderów w arbitrażu międzynarodowym i wiele firm zagranicznych wybiera arbitraż w Szwecji jako metodę rozwiązania sporu. W przypadku zastosowania klauzuli arbitrażu rozstrzygnięcie sprawy odbędzie się przez wskazany sąd arbitrażowy, a nie sąd powszechny. Wśród zalet arbitrażu można wspomnieć krótszy czas przebiegu oraz mniej formalne postępowanie a wśród wad mogą być znaczne wydatki związane z arbitrażem. Wiele firm szwedzkich wybiera Stockholms Handelskammares Skiljedomsinstitut (Instytut Arbitrażowy przy Sztokholmskiej Izbie Handlowej). Potencjalne koszty związane z arbitrażem można oszacować na stronie tejże instytucji, korzystając z kalkulatora kosztów.

Jeżeli strony umowy nie skorzystają z klauzuli wyboru prawa, będzie obowiązywało Rozporządzenie Rzym I dotyczące prawa właściwego dla zobowiązań umownych, które w przypadku sprzedaży towarów określa prawem właściwym to prawo, gdzie sprzedawca ma swoją siedzibę. Warto wspomnieć, że Polska i Szwecja podpisały Konwencję wiedeńską o umowach międzynarodowej sprzedaży towarów (CISG) z roku 1980, dlatego niezależnie od zastosowanego prawa, zastosowanie znajdą przepisy CISG, które ma zastosowanie w kwestiach dotyczących obowiązków sprzedającego i kupującego a pozostałe zagadnienia (np. przeniesienie prawa własności, skuteczność stosowanych klauzul, odsetki, itp.) będą regulowane i rozpoznawane przez prawo właściwe określone w umowie. Strony mogą w umowie zrezygnować z przepisów CISG, i korzystać tylko z prawa wybranego przez strony.

Rozporządzenie Bruksela I BIS umożliwia stronom zawarcie klauzuli wyboru sądu do rozstrzygnięcia sporu. Pojęcie sądu w Szwecji obejmować będzie również służbę komorników, w postępowaniach uproszczonych dotyczących nakazu zapłaty. W przypadku wyboru sądu właściwego szwedzkiego, polski przedsiębiorca będzie musiał składać dokumenty w języku szwedzkim, w tym pozwu do właściwego szwedzkiego sądu. Zainicjowanie sporu polega na wniesieniu pozwu do Tingsrätt (sądu I instancji) oraz uiszczeniem niezbędnych opłat sądowych. W przypadku niekorzystnego wyroku sądu I instancji można wnieść odwołanie do Hovrätt (sądu II instancji).

Na podstawie przepisów Unii Europejskiej, a dokładnie w oparciu o Europejski Nakaz Zapłaty, polski przedsiębiorca może starać się o szybsze wyegzekwowania swoich należności. Jest to uproszczone postępowanie w przypadku dochodzenia bezspornych transgranicznych roszczeń pieniężnych opierające się na standardowych formularzach, w przypadku gdy niewadliwy towar został dostarczony, a kupujący nie zapłacił umówionej ceny. Od wydanego nakazu zapłaty można wnieść sprzeciw, a wtedy europejski nakaz zapłaty traci moc i sprawa trafia do sądu, do którego został złożony sprzeciw.

3.2 Analiza oferty firmy

Poniżej przedstawiono analizę słabych i mocnych stron firmy w kontekście oferowanych usług oraz wskazano szanse i zagrożenia dla działalności firmy na rynku szwedzkim w postaci analizy SWOT. Analiza SWOT jest jedną z podstawowych metod analizy strategicznej przedsiębiorstwa.

Mocne strony oferty firmy:

- Oferowane usługi gwarantują bezpieczeństwo chemiczne;

- Zgodność badań ze standardami prawa europejskiego określanymi przez m. in. Rozporządzenie REACH (1907/2006/WE) (2018/1881/UE), czy Rozporządzenie dotyczące produktów kosmetycznych (1223/2009/WE), Rozporządzenie dotyczącego środków ochrony roślin (1107/2009/WE);
- Wykorzystanie chemii komputerowej w badaniach;
- Stosowanie zaawansowanych metod modelowania komputerowego umożliwiających znaczne ograniczenie kosztów, czasu oraz konieczności wykonywania eksperymentów z użyciem zwierząt laboratoryjnych;
- Metody komputerowe, w porównaniu z tradycyjnie wykorzystywanymi metodami laboratoryjnymi, umożliwiają jednoczesną ocenę przydatności i ryzyka ponad tysiąckrotnie większej liczby substancji chemicznych;
- Firma specjalizuje się w zastosowaniu metod, które polegają na powiązaniu struktury chemicznej substancji, z jej aktywnością biologiczną. Metody komputerowe pozwalają na szybkie przewidywanie określonych właściwości fizykochemicznych i toksyczności substancji, jednocześnie eliminując pracochłonne i kosztowne badania eksperymentalne, jak również czynniki natury etycznej związane z użyciem zwierząt laboratoryjnych.
- Firma jest pionierem w zakresie komputerowego modelowania aktywności biologicznej/toksyczności/właściwości fizykochemicznych nanomateriałów. Członkowie jako pierwsi dostosowali metodykę firmy do specyfiki nanocząstek.
- Zespół badawczy tworzą specjaliści z zakresu komputerowego projektowania i analizy nowych, bezpiecznych substancji chemicznych, nanotechnologii, nanotoksykologii, statystyki chemicznej oraz chemometrii. .
- Duże doświadczenie w złożonych i kompleksowych projektach badawczych w tym zagranicznych;
- Cenowo konkurencyjne usługi;
- Wysoka jakość usług;
- Personalizowanie usług pod potrzeby danego klienta;
- Szeroka gama gałęzi gospodarki, do których adresowane są usługi Spółki.

Jako słabe strony wskazano:

- Brak kontaktów na docelowym rynku;
- Bariera językowa i kulturowa;
- Brak doświadczenia we współpracy z firmami pochodzącymi z rynków skandynawskich.

Szanse dla rozwoju firmy na rynku szwedzkim:

- Dostęp do rynku szwedzkiego i poprzez niego do skandynawskiego - Szwecja jest uznana za największą gospodarkę skandynawską w związku z czym może stanowić punkt wyjścia na rynki innych krajów skandynawskich;
- Udział w rozwiniętym i konkurencyjnym rynku;
- Udział w złożonych projektach, wymagających indywidualnie dopasowanej oferty.

Zagrożenia dla działalności firmy na rynku szwedzkim mogą być następujące:

- Silna konkurencja w postaci zarówno prywatnych laboratoriów jak i uczelni wyższych
- Różnice kulturowe i językowe

- Stosunkowo wysokie koszty działań na rynku zagranicznym w tym marketingu i promocji

3.3 Przewaga konkurencyjna firmy na rynku szwedzkim

Wykorzystanie chemii komputerowej w badaniach. Metody komputerowe, w porównaniu z tradycyjnie wykorzystywanymi metodami laboratoryjnymi, umożliwiają jednoczesną ocenę przydatności i ryzyka ponad tysiąckrotnie większej liczby substancji chemicznych, przez co proces oceny jest znacząco szybszy, a zarazem znacznie tańszy od tradycyjnych badań laboratoryjnych in vitro czy też in vivo.

Stosowanie zaawansowanych metod modelowania komputerowego umożliwia znaczne ograniczenie kosztów, czasu oraz konieczności wykonywania eksperymentów z użyciem zwierząt laboratoryjnych, przez co usługa jest znacznie tańsza, a jakość usługi pozostaje wysoka. Badania są zgodne ze standardami prawa europejskiego określanymi przez m. in. Rozporządzenie REACH (1907/2006/WE) (2018/1881/UE), czy Rozporządzenie dotyczące produktów kosmetycznych (1223/2009/WE), Rozporządzenie dotyczącego środków ochrony roślin (1107/2009/WE).

Doświadczenie firmy w różnych projektach międzynarodowych. Firma jest zaangażowana w realizację wielu projektów badawczych finansowanych ze środków pochodzących z Programu Ramowego Unii Europejskiej HORYZONT 2020. Tak wysoki potencjał innowacyjny i badawczy jest kluczowy w promocji usług oraz pozyskania kontrahentów na rynku skandynawskim. Doświadczenie międzynarodowe jest atutem firmy wchodzącej na wymagający rynek skandynawski, gdzie doświadczenie w międzynarodowych projektach badawczych jest szanowane.

Personalizowanie usług pod potrzeby danego klienta. Dzięki zastosowaniu – Quantitative Structure-Activity Relationship, oferowane przez Firmę usługi gwarantują bezpieczeństwo chemiczne. Wszystkie procesy wykorzystują w badaniach wyłącznie chemie komputerową. Oferta firmy skierowana jest do szerokiej gamy gałęzi gospodarki, w tym przede wszystkim do przemysłu farmaceutycznego, przemysłu kosmetycznego i przemysłu chemicznego.

Lokalizacja firmy na terenie Unii Europejskiej jest dużym atutem. Działanie firmy zgodnie z prawem i według wymagań UE ułatwia i obniża koszty związane z wymianę handlową, zapewnia lepszą reputację związaną z jakością usług i rozliczeń pomiędzy kontrahentami.

Jakość, doświadczenie, konkurencyjne ceny oraz możliwość zaoferowania kompleksowej i indywidualnie dopasowanej oferty może zapewnić firmie przewagę konkurencyjną na rynku szwedzkim.

3.4 Analiza konkurencji na rynku szwedzkim

Poniżej przedstawiona zostanie analiza konkurencji na rynku szwedzkim, w ramach której wskazane zostały podmioty, stanowiące konkurencję dla firmy na rynku szwedzkim oraz główni gracze na rynku szwedzkim, w tym określony został poziom i sposób rywalizacji między graczami na rynku.

Rynek badań toksyczności substancji chemicznych jest bardzo aktywny, z silnymi graczami z sektora publicznego jak i prywatnego, działającymi zarówno w skali krajowej jak i regionalnej (skandynawskiej).

Analiza rynku badań toksyczności substancji metodą in silico ujawniła podmioty działające na rynku szwedzkim:

RISE
Adres: Lindholmspiren 7 A, 417 56 Göteborg, Sweden
Strona internetowa: https://www.ri.se/sv

TKT Toxicology Knowledge Team
Adres: Biovation Park, Forskargatan 20, SE 151 36 Södertälje, Sweden
Strona internetowa: https://tktsweden.com/

- Prosilico
  Adres: Lännavägen 7, S-14145 Huddinge, Sweden
  Strona internetowa: https://prosilico.com/

- Karolinska Instituten
  Adres: Karolinska Institutet, 171 77 Stockholm
  Strona internetowa: https://ki.se/en

Q&Q Labs Adres: BioVentureHub, Pepparedsleden 1, 431 83 Mölndal
Strona internetowa: www.qandqlabs.se

Rywalizacja pomiędzy konkurencyjnymi podmiotami rozgrywa się na wielu poziomach, takich jak zakres terytorialny, poziom innowacji technologicznej, obszerność oferty, konkurencyjność ceny, dotyczy też jakości, specjalizacji. Wskazane powyżej podmioty mają ugruntowaną pozycję na rynku szwedzkim, są rozpoznawalne i wiarygodne. Nadto, zarówno TKT jak i RISE posiada w ofercie, oprócz usługi przewidywania właściwości substancji, także usługi doradcze w zakresie rejestracji substancji chemicznych, co jest znaczącą przewagą konkurencyjną wobec firmy..

W Szwecji istnieje dziesięć uniwersytetów z wydziałami nauk przyrodniczych, rozsianych po siedmiu różnych miastach, od Umeå na północy po Lund na południu. Osiem ma wydział nauk przyrodniczych, a siedem ma wydział medyczny. W ścisłej współpracy z uczelniami medycznymi działają Szpitale Uniwersyteckie. W kraju jest ich siedem. Uniwersytety i szpitale uniwersyteckie są przedstawione poniżej w porządku geograficznym z północy na południe. Są to prężnie działające ośrodki, które firma powinien rozważyć pod kątem nawiązania współpracy badawczo-rozwojowej. Taka współpraca może mieć wymiar nie tylko naukowy, ale także biznesowy, ponieważ szwedzkie jednostki naukowe wykazują wysoki poziom transferu wiedzy do gospodarki. Ponadto, publiczne uniwersytety cieszą się w Szwecji dużym zaufaniem i renomą. Nawiązanie współpracy może potencjalnie w dużej mierze ułatwić firmie skuteczne wejście na rynek usług laboratoryjnych w Szwecji.

Umeå

Uniwersytet Umeå został założony w 1965 i jest drugim najbardziej wysuniętym na północ uniwersytetem w Szwecji po Uniwersytecie Technicznym w Luleå i ma zarówno wydział nauk przyrodniczych, jak i wydział medyczny. Uczelnia posiada wiele doskonałych grup badawczych, obiektów i centrów doskonałości. Najsilniejsze obszary badawcze obejmują genetykę i biologię molekularną, badania drobnoustrojów i biologię infekcji, modelowanie matematyczne żywych systemów oraz dynamikę, strukturę i funkcję białek. Szpital Uniwersytecki Norrland również znajduje się w Umeå.

Uppsala – Örebro

W Uppsali znajdują się dwa uniwersytety - Uniwersytet w Uppsali i Szwedzki Uniwersytet Nauk Rolniczych. Uniwersytet w Uppsali został założony w 1477 roku, co czyni go najstarszym uniwersytetem w Szwecji. Posiada wybitne wydziały naukowo-medyczne o szerokim zakresie obszarów badawczych oraz wydział farmacji. Silnymi obszarami badawczymi są farmacja, neuronauka, biologia strukturalna i nowotwory. Szpital Uniwersytecki w Uppsali jest najstarszym szpitalem uniwersyteckim w Szwecji, jego pierwszy oddział powstał w 1708 roku. Dziś jest to szpital uniwersytecki na pełną skalę z 8000 pracowników i 1000 łóżek.

Badania nauk przyrodniczych na Szwedzkim Uniwersytecie Nauk Rolniczych koncentrują się przede wszystkim na weterynarii.

Uniwersytet Örebro jest jednym z najmniejszych uniwersytetów w Szwecji, zatrudniającym 1260 pracowników. Posiada wydział medycyny i zdrowia z intensywnymi badaniami chorób żołądkowo-jelitowych. Örebro posiada również Szpital Uniwersytecki Örebro.

Sztokholm

Sztokholm posiada trzy uniwersytety zajmujące się naukami przyrodniczymi – Uniwersytet Sztokholmski (SU), Królewski Instytut Technologiczny (KTH) i Instytut Karolinska (KI). SU i KTH prowadzą wyjątkowe badania w różnych obszarach nauk przyrodniczych i stosowanych. KI jest uważany za wiodącą uczelnię medyczną w Szwecji i jest zaliczany do 20 najlepszych uniwersytetów klinicznych na świecie. Zgromadzenie Noblowskie w Karolinska Institutet wybiera laureatów Nagrody Nobla w dziedzinie fizjologii lub medycyny, zwiększając jej światowe uznanie.

Szpital Uniwersytecki Karolinska jest jednym z największych Szpitali Uniwersyteckich w Europie. Oferuje usługi opieki zdrowotnej zarówno na rynku krajowym, jak i międzynarodowym i angażuje się w rozwój, innowacje i badania.

Linköping – Vaxjo – Kalmar

Linköping University ma duży wydział medyczny z wieloma różnymi obszarami badawczymi. Słynie z interdyscyplinarnego podejścia. Silne obszary badawcze znajdują się w produktach medtech i obrazowaniu medycznym. Wspólne badania prowadzone są ze Szpitalem Uniwersyteckim w Linköping.

Uniwersytety w Växjö i Kalmar College zostały połączone w jeden i otrzymały nazwę Uniwersytet Linné w 2010 roku. Uniwersytet nadal ma dwie filie, z wydziałem nauk przyrodniczych z intensywnymi badaniami nad niektórymi metodami odkrywania leków.

Göteborg

Uniwersytet w Göteborgu jest jednym z największych uniwersytetów w Szwecji; ma zarówno wydział medyczny, jak i przyrodniczy znany z wybitnych badań w zakresie medycyny regeneracyjnej i implantów protetycznych. Akademia Sahlgrenska, która jest wydziałem nauk o zdrowiu na Uniwersytecie w Göteborgu, ściśle współpracuje ze Szpitalem Uniwersyteckim Sahlgrenska. Znany na całym świecie

Chalmers University of Technology również znajduje się w Göteborgu i posiada wydział nauk przyrodniczych oraz wydział nanotechnologii z doskonałym zapleczem badawczym.

Lund

Uniwersytet w Lund jest najbardziej wysuniętym na południe uniwersytetem w Szwecji; jest również drugim najstarszym i została założona w 1666 roku. Ma silną tradycję w medycynie i wybitne badania w dziedzinach takich jak epidemiologia, cukrzyca, nowotwory, neuro- i nanonauki. Szpital Uniwersytecki Skåne składa się z dwóch dużych szpitali w Lund i Malmö. Uniwersytet w Lund i Szpital Uniwersytecki w Skanii stworzyły wspólną inicjatywę Uniwersyteckiego Centrum Medycznego Skåne (UMCS), które ma umieścić badania kliniczne w Skanii na mapie świata.

Uniwersytet w Lund jest również jednym z głównych fundatorów ośrodka badawczego MAX IV, który jest obecnie w fazie rozwoju.

3.5 Sposoby wejścia na rynek szwedzki

Poniżej przedstawiono analizę możliwych sposobów wejścia na rynek dla firmy i kanałów sprzedaży usług, jak również rekomendację typów partnerów biznesowych tj. pośredników, dystrybutorów itp., z uwzględnieniem ryzyk i korzyści ze współpracy z tymi partnerami.

Szwedzki rynek jest bardzo rozwinięty i konkurencyjny ze względu na łatwość prowadzenia działalności i otwartości na konkurencję zagraniczną. Aby wejść na rynek, usługi muszą być konkurencyjne na skalę światową i najczęściej dostosowane do unikalnego rynku szwedzkiego. Istotne jest, aby wykazać wyraźną przewagę konkurencyjną (np. stosunek cena/jakość).

Szwedzcy partnerzy doceniają zaangażowanie na rynku w perspektywie długoterminowej. Wizyty są ważne, ponieważ partnerzy skandynawscy oczekują wiarygodności i zaangażowania partnera. Dobry kontakt osobisty z partnerem jest istotny dlatego należy dokładać starań w celu wczesnego nawiązania i rozwijania dobrych relacji z partnerem. W ocenie partnerów warto uwzględnić potencjał regionalny, aby objąć jak największy udział w rynku a nawet w całym regionie skandynawskim. Współpraca jest w dużym stopniu regulowana przez Unię Europejską i gwarantuje możliwość wolnego handlu i równego dostępu do rynku na wspólnych warunkach dla wszystkich podmiotów europejskich.

Możliwe sposoby wejścia na rynek szwedzki:

Bezpośredni kontakt z klientami: Kontakt z klientem można ustanowić za pomocą list mailingowych, telefonicznie, podczas spotkań branżowych, kontaktach z izbami handlowymi i różnymi organizacjami branżowymi, obecnością na targach, strategicznym wysyłaniu materiałów informacyjnych oraz poprzez aktywność w mediach społecznościowych i innych serwisach internetowych. Bezpośrednia sprzedaż do klientów indywidualnych daje firmie dużą kontrolę nad promocją i sprzedażą oraz wyborem klienta i projektów. We współpracy bezpośredniej klient-odbiorca otrzyma najatrakcyjniejszą ofertę cenową (nieobarczoną prowizjami firm pośredniczących), niemniej jednak ten rodzaj współpracy wymagać będzie od firmy największego zaangażowania a nawiązywanie nowych kontaktów i rozwijanie tych już posiadanych.

W przypadku wyboru tej formy wejścia na rynek należy skoncentrować działania na docelowych grupach takich jak **firmy z branży chemicznej** wskazane w załączniku do niniejszego raportu. powinna przedstawić jasną przewagę swojej oferty pod kątem: jakości i stopnia zindywidualizowania oraz stosunku jakości do ceny.

Dostęp do klienta na rynku szwedzkim, gdzie firma i jej usługi nie są znane, wymagać będzie dużych nakładów czasu na promocję przy potencjalnie ograniczonych efektach sprzedaży. Brak znajomości języka i rynku zagranicznego stanowić będzie poważne ograniczenie.

Zalety tej formy wejścia na rynek:

- poszczególne etapy eksportu są kontrolowane przez firmę
- bezpośredni kontakt firmy z zagranicznymi odbiorcami
- zdobycie doświadczenia i poznanie rynku szwedzkiego a przez to i skandynawskiego
- wzrasta poziom kwalifikacji pracowników handlowych firmy
- silniejsze przestawienie się na standardy zagraniczne co ułatwi dalszą ekspansję
- możliwość zaoferowania najkorzystniejszej oferty cenowej klientowi, dzięki czemu firma będzie miała większe pole negocjacji a klient będzie mógł docenić stosunek jakości do ceny
- budowanie rozpoznawalności marki firmy na rynku zagranicznym

Wady tej formy wejścia na rynek:

- duże koszty operacyjne i organizacyjne przy stosunkowo wysokim ryzyku niepowodzenia
- konieczność samodzielnego wyszukiwania nowych odbiorców i stałe zaangażowanie w podtrzymywanie istniejących relacji, może doprowadzić do konieczności zwiększenia zatrudnienia.

Firmy doradcze świadczące usługi związane z rejestracją związków chemicznych: Wybór partnera z dużym doświadczeniem i z dobrą znajomością rynku chemicznego w Szwecji jest wskazany. Firmy takie posiadają rozbudowane kontakty branżowe i portfolio klientów, którzy potrzebują usługi oferowanej przezfirmę. . Doradca będzie potrzebował dopasowany cennik, ofertę i materiały informacyjne dla rynku szwedzkiego i skandynawskiego. Materiały powinny być dostosowane do grupy docelowej i jasno określać zakres świadczonych usług.

Ważne jest by jak najlepiej zaznajomić agencję z ofertą i możliwościami badawczymi spółki. Przygotowując materiały reklamowe warto podkreślić bliskość Gdańska od Szwecji oraz dobre i tanie skomunikowanie pomiędzy naszymi krajami. Warto podać szacunkowe odległości Gdańska od głównych ośrodków handlowych w Szwecji.

Również w tym przypadku warto podkreślić stosunek jakości do ceny w ofercie , które stanowić mogą przewagę w stosunku do oferty konkurencji.

Przy wyborze agencji zaleca się od razu podjęcie działań na cały region Skandynawii. Rynek Szwedzki jest bardzo związany z rynkiem skandynawskim dlatego agent, przedstawiciel lub pośrednik działający na całym rynku skandynawskim zwiększy możliwości sprzedaży.

Tego rodzaju partnerów jak wymienieni powyżej można znaleźć poprzez izby handlowe, organizacje branżowe lub organizacje zrzeszające. Listy takich podmiotów przedstawiono w pkt. 3.11. Ponadto partnerzy tacy bywają również na spotkaniach branżowych. Listę targów przedstawiono w pkt. 3.12.

Zalety tej formy wejścia na rynek:

- trudności we współpracy z docelowymi odbiorcami-firmami rozwiązuje pośrednik
- ograniczone ryzyko finansowe
- koszty działań marketingowych nie są ponoszone przez firmę
- brak konieczności rozbudowywania działu handlowego
- szanse na dotarcie poprzez agenta do intratnych zleceń, pasujących specyfiką do charakterystyki firmy– większa szansa na wykorzystanie atutów, którymi dysponuje spółka

Wady tej formy wejścia na rynek:

- transakcje będą mniej opłacalne niż w przypadku handlu bezpośredniego
- wysoki koszty pośrednictwa
- brak zdobywania doświadczenia zagranicznego
- brak poznawania rynków zagranicznych
- uzależnienie od pośrednika

REKOMENDACJE

W naszej ocenie firmy powinno skoncentrować się na podjęciu współpracy z agencjami doradczymi świadczącymi usługi rejestracji środków chemicznych. W ten sposób firma w najlepszym stopniu będzie mogła wykorzystać atuty, którymi dysponuje: zindywidualizowaną, wysokiej jakości ofertę w połączeniu z atrakcyjną ceną.

Współpraca z firmą doradczą na rynku Szwedzkim jest wskazana jeżeli firma nie chcę angażować zbyt wiele własnych środków na rynku zagranicznym a jednocześnie jest skłonna zejść ze swojej marży za cenę uzyskania agenta, który będzie dbał o jej reputację na wymagającym rynku szwedzkim i umożliwi jej dostęp do intratnych zleceń, które w innych warunkach leżałyby poza jej możliwościami.

Równocześnie wskazane jest podjęcie próby samodzielnego dotarcia do najciekawszej z punktu widzenia firmy grupy docelowej, jaką są firmy z branży chemicznej. Współpraca z tą grupą odbiorców, wymagająca zaangażowania finansowego i obarczona ryzykiem, będzie jednak najbardziej intratna pod względem finansowym dla spółki.

3.6 Analiza nabywców

Poniżej przedstawiono analizę nabywców polegającą na określeniu preferencji potencjalnych klientów, i trendów widocznych w ich zachowaniach.

Szwedzcy konsumenci są postrzegani w Europie jako bardzo wymagający i jednocześnie zamożni oraz otwarci (szybko akceptują rynkowe nowości - dlatego wiele międzynarodowych koncernów traktuje Sztokholm jako testowy rynek dla swoich produktów, zanim rozpoczną ekspansję na pozostałe rynki europejskie).

Przeciętny konsument jest dobrze wykształcony (większość pracodawców jako minimalne stawia wykształcenie średnie), a dokonując wyborów, kieruje się następującymi kryteriami:

- jakości,
- bezpieczeństwa użytkowania,
- wpływu produktu na środowisko naturalne.

Warto wiedzieć, że Szwedów cechuje także tzw. patriotyzm konsumencki - mając do wyboru kilka produktów o zbliżonych walorach użytkowych, klient wybierze produkt szwedzki (m.in. ze względu na powszechne przekonanie o najwyższej jakości rodzimych produktów).

Konsumencie nawyki Szwedów przekładają się także na ich decyzje biznesowe. Odbiorcami usług świadczonych przez firmę są klienci biznesowi – firmy z branży chemii przemysłowej, chemii rolnej, firmy farmaceutyczne i pośrednicy w rejestracji środków chemicznych.

Przy nawiązywaniu współpracy z kontrahentem ważne jest doświadczenie firmy w różnych projektach badawczych współfinansowanych ze środków Komisji Europejskiej, co pomoże zdobyć zaufanie klienta. Wykazanie bogatego doświadczenia w różnych złożonych projektach może być kluczowe w kontaktach z ewentualnym kontrahentami.

Pomimo otwartości na innowacyjne rozwiązania, Szwedzi są konserwatywni i przywiązani do rodzimych rozwiązań lub znanych, działających na rynku od wielu lat. Ważne jest, aby wzbudzić zaufanie do zarówno do firmy i jak i do jej usług. Dlatego należy promować usługi jako pochodzące z Unii Europejskiej i budować markę na podstawie dobrej jakości usług oraz doświadczenia na rynku europejskim.

Dla klientów na rynku skandynawskim również bardzo ważna jest dobra komunikacja i możliwość kontaktu z producentem lub zleceniobiorcą w celu omówienia wszelkich kwestii związanych z produktem lub usługą. Firma powinna zadbać o możliwość szybkiego kontaktu, najlepiej z wyznaczoną osobą znającą dobrze język angielski, która będzie mogła przedstawić produkt i pomóc w rozwiązywaniu wszelkich problemów technicznych. Szwedzi bardzo szybko się zniechęcają jeżeli zauważają problem w komunikacji, jak na przykład brak odpowiedzi na email lub telefon.

Docelowe grupy nabywców:

- producenci z branży chemii przemysłowej,
- producenci chemii rolnej,
- producenci z branży farmaceutycznej
- pośrednicy zajmujący się rejestracją substancji chemicznych.

3.7 Wskazanie potencjalnych lokalizacji geograficznych dla działań firmy na rynku szwedzkim

Najważniejsze lokalizacje dla firm wchodzących na rynek szwedzki są Sztokholm, Malmö, Göteborg i Uppsala, położone w regionach, które skupiają większość firm z branży chemicznej. Firma może rozważyć zawarcie współpracy z lokalnymi kontrahentami w jednym lub więcej z niniejszych lokalizacji.

Sztokholm i okolice to najbardziej dynamiczny region w Szwecji, skupiający przedstawicielstwa międzynarodowych firm oraz organizacji działających na rynku szwedzkim. Często w Sztokholmie znajdują się siedziby przedsiębiorstw i przedstawicielstwa obejmujące Skandynawię i kraje bałtyckie.

Malmö jest najbardziej dynamicznym miastem na południu Szwecji, usytuowane nieopodal Kopenhagi, dostęp do której stanowi most przez cieśninę i pozwala na wygodny dostęp do rynku duńskiego.

Göteborg jest drugim największym miastem Szwecji i jest największym portem w Skandynawii. Miasto to jest mocno nastawione na handel i produkcję.

Uppsala jest jednym z największych miast w Szwecji. Uppsala ma wysoką pozycję w badaniach medycznych i pełni wiodącą rolę w przemyśle biotechnologicznym.

Wybór wyżej wymienionych lokalizacji podyktowany jest przede wszystkim wysokim nasyceniem zarówno przemysłu jak i nauki. Wskazane miasta cechuje wysoki poziom industrializacji. Są to największe aglomeracje w Szwecji, w których ulokowanych jest najwięcej firm. Region Sztokholm-Uppsala to **największy w Szwecji klaster nauk przyrodniczych**, skupiający połowę branży nauk przyrodniczych, pięć uniwersytetów i opiekę zdrowotną dla prawie trzech milionów ludzi. Göteborg to drugie, po Sztokholmie, co do wielkości i znaczenia, miasto kraju. Cechuje je rozwinięty przemysł transportowy, maszynowy, **petrochemiczny i chemiczny.** Malmö natomiast to ważny ośrodek gospodarczy, centrum skandynawskiego **przemysłu farmaceutycznego**, a także istotny ośrodek uniwersytecki.

3.8 Marketing i promocja dla sprzedaży na rynku szwedzkim

Forma marketingu i promocji w dużym stopniu zależy od wyboru sposobu działania na rynku zagranicznym i decyzji strategicznych firmy wchodzącej na rynek zagraniczny. Marketing i promocja są w duży zakresie uzależnione od budżetu i zasobów poświęconych na dany rynek. Wybór kontrahenta jest również ważnym elementem w kształtowaniu działań marketingowych i promocyjnych, ponieważ kontrahent może w dużej mierze wpływać na marketing i promocję. Wybór kontrahenta będzie decydował o tym, jakie dokładnie działania marketingowe i promocyjne należy podjąć.

1. Pierwszym krokiem jest ustalenie zakresu oferty na dany rynek oraz przygotowanie wszelkich materiałów informacyjnych.
   a. Należy przygotować ofertę składającą się z katalogu, cennika i wszelkich informacji na temat produktu i usług dostosowaną do docelowych grup odbiorców takich jak sektor farmaceutyczny i kosmetyczny.
   b. Materiały informacyjne powinny w sposób prosty ale skuteczny przekazać przewagi usług firmy takich jak cena, jakość i możliwości zindywidualizowania oferty dla wybranych grup docelowych.
   c. Należy opisać zakres oferty zindywidualizowanej wskazując możliwości dopasowania oferty zindywidualizowanej dla grup docelowych jak branża farmaceutyczna i kosmetyczna.

2. Następnie należy ustalić działania marketingowe i promocyjne mające na celu umożliwienie dostępu do klienta z ofertą.

a. Kontakt z potencjalnymi klientami można zainicjować poprzez kontakty z różnymi organizacjami branżowymi i izbami handlowymi, za pomocą maili do strategicznych odbiorców i docelowych potencjalnych klientów, lub telefonicznie, podczas spotkań branżowych np. podczas trwania targów, przez strategiczne wysyłanie materiałów informacyjnych oraz poprzez aktywność w serwisach internetowych specjalizujących się w branży chemicznej. Materiały promocyjne i informacyjne mogą być bezpośrednio wysyłane mailem do potencjalnych klientów, pośredników.
b. Współpraca z agencją zajmującą się przygotowaniem dokumentacji rejestracyjnej na rynek skandynawski pozwala na zapewnienie wsparcie w zakresie przygotowania oferty dostosowanej do rynku i do docelowych grup. Kontrahent powinien posiadać wiedzę na temat rynku i portfolio klientów pozwalając na zwiększenie efektywności działań marketingowych i promocyjnych. Kontrahent również powinien w większości odpowiadać za kontakt z klientem na rynku zagranicznym.
c. Godnym rozważenia jest nawiązanie współpracy z uniwersytetami w Szwecji, które prowadzą badania w dziedzinie Life Science. Taka współpraca zwiększy wiarygodność firmy w relacjach biznesowych oraz stworzy duże pole do podejmowania się realizacji kolejnych projektów międzynarodowych w zakresie kompetencji zespołufirmy.
d. Ważnym kanałem promocji i nawiązywania kontaktów jest internet. W Szwecji w2016 r. aż 94% szwedzkich gospodarstw domowych oraz 99% przedsiębiorców miało dostęp do Internetu.[34] W tym aspekcie rekomendowane jest nawiązanie współpracy z wyspecjalizowaną agencją marketingową w obszarze marketingu na portalu LinkedIn oraz marketingu w wyszukiwarce Google (SEO/ADS).
   LinkedIn obecnie posiada 756 milionów użytkowników indywidualnych i ponad 57 milionów użytkowników instytucjonalnych/firm. Dzięki odpowiedniej strategii pozyskiwania leadów przez portal LinkedIn, pozyskanie bezpośredniego kontaktu do osób decyzyjnych z firm na całym świecie staje się bardzo efektywne. Ważnym odnotowania jest, iż użytkownicy LinkedIn to osoby otwarte na nowe możliwości i współpracę.
   SEO (ang. Search Engine Optimization), zwane również pozycjonowaniem jest najchętniej wybieraną i najbardziej efektywną formą reklamy internetowej, obejmującą złożone, kompleksowe działania techniczne i marketingowe, które w efekcie dają pożądane rezultaty. Z sondaży wynika, że google.se jest najpopularniejszą i najchętniej używaną przez Szwedów wyszukiwarką. Jeśli nasza strona znajdzie się w tzw. TOP 10, do czego dąży się w pozycjonowaniu, mamy ogromne szanse na to, że właśnie na naszą witrynę trafi internauta. Z gogle.se korzysta 80% użytkowników, eniro.se to zalednie 11%, bing.com posiada 4% użytkowników, a pozostałe 5% korzysta z innych przeglądarek[35].
   Korzystanie z usługi Google ADS pozwala na efektywne pozycje w wynikach wyszukiwania – Google Search, ekspozycję produktów dzięki kampaniom produktowym (PLA), wykorzystywanie reklamy banerowej o wysokim zasięgu w sieci Google Display Network.

Materiały promocyjne powinny być dostosowane do poszczególnych grup docelowych takich jak branża farmaceutyczna czy kosmetyczna. Przewagi usług firmy powinny jasno wynikać z materiałów

[34] SWEDEN: REACHING THE CONSUMER, Santander , sierpień 2021
[35] SWEDEN: REACHING THE CONSUMER, Santander , sierpień 2021

informacyjnych i powinny być dopasowane do grupy odbiorców. Szwedzki rynek wymaga bardzo konkretnych informacji, innowacyjnej i kompleksowej oferty.

Działania promocyjne mogą w dużej mierze odbywać się za pomocą Internetu. Strona internetowa firmy, która w sposób zrozumiały i przejrzysty przedstawia ofertę i warunki współpracy firmy jest zawsze dużym atutem w dotarciu do klientów zagranicznych. Strona internetowa jest wizytówką firmy, i jest często pierwszym źródłem informacji, przedstawiając ofertę i doświadczenie firmy. Warto na stronie lub w katalogach podkreślić najlepiej sprzedające się usługi i trendy według zastosowania. Warto również podkreślić korzyści. Wszelkie materiały informacyjne powinny współgrać ze stroną internetową.

Pod względem penetracji mediów społecznościowych Szwecja należy do ścisłej europejskiej czołówki. Ogółem korzysta z nich aktywnie 73% Szwedów (Szwecję wyprzedzają tylko takie małe rynki jak Malta – 83%, Islandia – 80% i Gibraltar – 75%).[36]

Z Facebooka korzysta 63% ludności (i jest to trzeci wynik w Europie). Z serwisu LikedIn korzysta już ponad jedna czwarta Szwedów (26%), co plasuje Szwecję na trzecim miejscu w Europie[37].

Z uwagi na fakt, iż Szwedzi są narodem specyficznym w zakresie reklamy (często uciekają się do bardzo kontrowersyjnych kreacji) rekomendujemy nawiązanie współpracy z regionalną agencją kreatywną/marketingową. Współpraca z lokalnymi twórcami reklam i kampanii pomoże w zbudowaniu zarówno wizerunki jak i najefektywniejszym dotarciu do klienta docelowego.

Na uwagę zasługuje fakt, że Szwedzi to naród z natury nieufny i bardzo ważnym, jak i nie najważniejszym aspektem prowadzenia sprzedaży jest rekomendacja lub polecenie. Dobrym kierunkiem marketingowym jest zaangażowanie znanych/szanowanych odbiorców do promocji.

W wielu przypadkach najlepszą promocją jest pasja, energia i wykazanie zaangażowania w działalność i w ewentualną współpracę z kontrahentem. Dlatego dobra współpraca na podstawie kontaktów bezpośrednich lub przez telefon i email są często najlepszym sposobem na promocję produktów. Należy utrzymywać dobry kontakt z potencjalnymi kontrahentami i wykazać zainteresowanie i zapał do współpracy razem z pasją do produktów.

Ważnym sposobem na poznanie rynku i nawiązanie kontaktów są targi branżowe, w których można wziąć udział jako wystawca lub odwiedzający. Poniżej w pkt. 3.12. przedstawiono listę rekomendowanych wydarzeń gospodarczych. Targi w Szwecji zwykle obejmują cały rynek skandynawski.

Aby udział w targach przyniósł oczekiwany efekt, istotną kwestią jest odpowiedni wybór kategorii usług dla wystawcy, tak aby w katalogu wystawców potencjalni kontrahenci z zainteresowanych grup docelowych mogli wyszukać firmę jako dostawcę takich usług. Zaleca się, aby przedstawiciele firmy uczestniczący w targach dokonały analizy wszystkich pozostałych współwystawców i zidentyfikowały potencjalnych partnerów, aby proaktywnie odwiedzić ich stoiska podczas targów w celu nawiązania kontaktów i zdobycia dodatkowych informacji na temat rynku docelowego. Udział w różnych wykładach i seminariach na temat docelowego rynku jest również wskazany.

[36] SWEDEN: REACHING THE CONSUMER, Santander , sierpień 2021
[37] SWEDEN: REACHING THE CONSUMER, Santander , sierpień 2021

REKOMENDACJE

Najczęściej stosowanymi narzędziami komunikacji w omawianych segmentach rynku są narzędzia internetowe. Analiza stron internetowych wybranych przedstawicieli omawianego rynku wskazuje, że firmy komunikują się z otoczeniem nie tylko przez własną witrynę internetową, ale także używają takich narzędzi jak portale i komunikatory społecznościowe, takie jak LinkedIn, Facebook, Twitter, Instagram, a także serwis Youtube. Należy przy tym zaznaczyć, że LinkedIn i Facebook są kanałami dominującymi. Wybrane podmioty prowadzą także firmowego bloga. Do rzadkości należy komunikowanie się wyłącznie za pośrednictwem witryny www.

Tabela 12 Rekomendowane narzędzia internetowe

NARZĘDZIE	CZĘSTOTLIWOŚĆ WYKORZYSTANIA
Publikacje w mediach społecznościowych: Instagram i FB	Minimum 1 raz tygodniowo
Interakcje na Twitter	Minimum 1 raz tygodniowo
Google SEO/ADS	Kampanie planowane w konsultacji z agencją marketigową
Cold mailing	W zależności od potrzeb nawiązania kontaktu

Źródło: opracowanie własne

Przykładowe koszty narzędzi

Koszt zaangażowania podmiotów zewnętrznych w regularny content marketing może kosztować od 3 900 zł do 7 000 zł miesięcznie przy złożeniu przygotowania maksymalnie 3 artykułów sponsorowanych. Przy założeniu ograniczenia wykorzystania podmiotów zewnętrznych, roczny koszt wyniesie ok. 10 000 zł rocznie (3-6 artykułów).

Konto premium (Sales Navigator) na Linkedin to kosz rzędu 240 zł miesięcznie, w ujęciu rocznym ok. 2 900 zł. Konto pozwala na korzystanie z rozbudowanej wyszukiwarki, w której istnieje możliwość znalezienia potencjalnych partnerów, prowadzenie relacji i korzystanie z rekomendacji.

Koszt miesięczny kampanii SEO to wydatek min. od 2 500 zł miesięcznie. Na potrzeby pozycjonowania stron rekomendowana jest współpraca z agencjami polskimi ze względu na niższe, niż w przypadku firm szwedzkich, kosztów.

Najskuteczniejsze agencje interaktywne w Szwecji (wg. Cluth 2021 Review)

- Smart Sites (https://www.smartsites.com/?utm_source=clutch.co&utm_medium=ppc)
- Changes Agency (https://changes.agency/)
- MakkPress (https://makkpress.com/)
- Lunar Strategy (https://lunarstrategy.com/)
- Kennedy Group AB (https://kennedy.marketing/)

Najskuteczniejsze agencje interaktywne w Polsce (wg. Interaktywnie.com Raport Marketingowe Agencje Interaktywne 2021)

- Sunrise System Sp. z o.o. Sp. k. (https://www.sunrisesystem.pl/)
- Grupa TENSE Polska Sp. z o.o. Sp. k. (https://www.grupa-tense.pl/)
- Nakatomi Polska (https://nakatomi.pl/)
- Promotraffic (https://promotraffic.pl/)
- Kamikaze Altavia Group (https://kamikaze.digital/)

Biorąc pod uwagę specyfikę branży farmaceutycznej rekomendowana dla firmy będzie dodatkowo promocja poprzez czasopisma branżowe. Poniżej wyszczególniono najważniejsze i najbardziej opiniotwórcze z nich:

1. Indian journal of pharmaceutical sciences
2. Systematic Reviews in Pharmacy
3. Biomedical and Pharmacology Journal
4. Journal Of Pharmaceutical And Biological Sciences
5. Journal of medical pharmaceutical and allied sciences
6. International Journal of Medical Toxicology and Forensic Medicine
7. IP International Journal of Forensic Medicine and Toxicological Sciences
8. Journal of pharmaceutical and biomedical analysis
9. National journal of physiology pharmacy and pharmacology
10. International Journal of Pharma and Bio Sciences

Poza narzędziami internetowymi oraz literaturą branżową wartymi uwagi są także Targi i wydarzenia branżowe wymienione w punkcie 3.12. Zalecany jest także bezpośredni kontakt z organizacjami zrzeszającymi przedsiębiorstwa wymienionymi w punkcie 3.11 niniejszego raportu.

3.9 Uregulowania prawne

Szwecja, z racji przynależności do Wspólnoty Europejskiej, jest zobowiązana, tak jak pozostałe kraje Unii Europejskiej, do respektowania wspólnych przepisów w zakresie rejestracji, oceny, udzielania zezwoleń i stosowanych ograniczeń w zakresie chemikaliów. Kwestie te uregulowane są w:

- Rozporządzeniu (WE) nr 1907/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 18 grudnia 2006 r. w sprawie rejestracji, oceny, udzielania zezwoleń i stosowanych ograniczeń w zakresie chemikaliów (REACH),utworzenia Europejskiej Agencji Chemikaliów, zmieniające dyrektywę 1999/45/WE oraz uchylające rozporządzenie Rady (EWG) nr 793/93 i rozporządzenie Komisji (WE) nr 1488/94, jak również dyrektywę Rady 76/769/EWG i dyrektywy Komisji 91/155/EWG, 93/67/EWG, 93/105/WE i 2000/21/WE,

- Rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (WE) nr 1272/2008 z dnia 16 grudnia 2008 r. w sprawie klasyfikacji, oznakowania i pakowania substancji i mieszanin, zmieniające i uchylające dyrektywy 67/548/EWG i 1999/45/WE oraz zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1907/2006.

Szwedzkie ustawodawstwo dotyczące chemikaliów opiera się na prawodawstwie UE i obejmuje ***przepisy*** UE oraz dyrektywy UE. Przepisy UE obowiązują bezpośrednio we wszystkich państwach członkowskich bez konieczności ich transpozycji do prawa krajowego.) Zakres ***unijnego rozporządzenia REACH*** (rejestracja, ocena, udzielanie zezwoleń i stosowanie ograniczeń w zakresie chemikaliów) zasadniczo rozciąga się na wszystkie substancje. Prawo nakazuje między innymi, że każdy, kto wprowadza produkt do obrotu, musi mieć kontrolę nad jego zawartością chemiczną i systematycznie pracować

nad wycofywaniem szczególnie niebezpiecznych chemikaliów. Inne przykłady regulacji unijnych to ***rozporządzenie CLP*** , które harmonizuje klasyfikację, oznakowanie i pakowanie substancji i mieszanin chemicznych oraz regulacje dotyczące pestycydów i środków ochrony roślin. ***Dyrektywy UE***, w przeciwieństwie do rozporządzeń UE, nie obowiązują automatycznie w państwach członkowskich, ale muszą być transponowane do szwedzkich ustaw lub rozporządzeń. Szwedzkie ustawodawstwo dotyczące chemikaliów zostało włączone do Szwedzkiego Kodeksu Ochrony Środowiska i jest uzupełnione o regulacje, które wyjaśniają prawo w odniesieniu do różnych obszarów.

Firmy aktywne w Europie mogą korzystać z jednolitego rynku Unii Europejskiej. Istnieje wolny handel między Polską a Szwecją a różnice pojawiają się gdy firma prowadzi działalność na terenie Szwecji, gdyż wtedy obowiązuje prawo szwedzkie regulujące podmioty gospodarcze. Wskazane jest posiadanie całej dokumentacji (certyfikatów, pozwoleń etc.) w języku szwedzkim lub angielskim.

Przedsiębiorstwo, które chce korzystać z umów agencyjnych czy dystrybucyjnych powinno zweryfikować, czy zawierane umowy są zgodne z przepisami krajowymi i przepisami UE. Dyrektywa Rady 86/653/EEC[38] ustanawia pewne minimalne normy ochrony dla osób prowadzących działalność przedstawiciela handlowego na własny rachunek. Dyrektywa ustanawia m.in. prawa i obowiązki zleceniodawcy i jego przedstawicieli, wynagrodzenie agenta oraz zawarcie i rozwiązanie umowy agencyjnej.

Przetargi publiczne są regulowane prawem szwedzkim dotyczącym przetargów, które jest oparte o prawa Unii Europejskiej i ustaleń Banku Światowego. Szczegółowe informacje nt. przetargów publicznych są na stronie: www.upphandlingsmyndigheten.se.

3.10 Bariery formalne i nieformalne prowadzenia działalności gospodarczej i wprowadzania produktów na rynku szwedzkim

Szwedzki rynek jest rozwinięty i otwarty na konkurencję na poziomie międzynarodowym. Oferty firm wchodzących na rynek muszą zawierać usługi wysokiej jakości, zaawansowane technologicznie i konkurencyjne cenowo. Szwecja jest dobrym rynkiem testowym dla nowych produktów ze względu na wysoką konkurencyjność.

Firmy na rynku szwedzkim muszą się liczyć z wysokimi kosztami prowadzenia działalności. Szwecja jest stosunkowo drogim krajem, i tak jak reszta Skandynawii koszty zatrudnienia i podatki są wysokie. Podatek VAT dla większości produktów i usług, w tym badań laboratoryjnych, jest na poziomie 25%, a podatek dochodowy wynosi od 32% w górę.

W Szwecji jak również w większości krajów skandynawskich, nadal występują waluty krajowe, w odróżnieniu od innych krajów europejskich należących do strefy Euro. W Szwecji walutą jest korona szwedzka, w Danii jest to korona duńska, w Norwegii korona norweska. Jedynie w Finlandii jest Euro.

Rynek szwedzki jest ściśle powiązany z resztą Skandynawii i zdominowany przez dystrybutorów

[38] Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31986L0653&0from=EN

sprawdzonych marek, które od wielu lat występują na rynku skandynawskim. Klienci i partnerzy są zwykle mocno związani z wieloletnimi dostawcami i niechętnie zmieniają dostawców.

3.11 Środowisko otoczenia biznesu

Poniżej przedstawiono ocenę środowiska otoczenia biznesu pod względem jego oddziaływania na rynek. Przygotowano również listę organizacji, które mogłyby ułatwić firmie nawiązanie kontaktów i wejście na ten rynek.

- SwedenBIO (https://swedenbio.se/) jest szwedzkim stowarzyszeniem non-profit działającym w branży branży nauk przyrodniczych w Szwecji, zrzeszającym prawie 300 członków.
- Västsvenska belysningssällskapet (http://www.vastsvenska.org) jest stowarzyszenie dla firm w zachodniej Szwecji z siedzibą w Göteborgu.
- Association of Trade Partners Sweden jest stowarzyszeniem agentów, dystrybutorów oraz dostawców działających w wielu branżach poszukujących partnerów zagranicznych (www.tradepartnerssweden.se).
- Business Sweden, jest czołową organizacja wspierającą handel i firmy wchodzące na rynek szwedzki. Działa jako organizacja prywatno-publiczna, świadcząca usługi wspomagające firmom wchodzącym na rynek szwedzki jaki i firmom szwedzkim wychodzącym na rynki międzynarodowe (www.business-sweden.se).
- Invest Stockholm jest organizacją miasta Sztokholm, wspomagającą firmy zagraniczne w inwestycjach i kontaktach w regionie Sztokholmskim (www.investstockholm.com).
- Polska Agencja Inwestycji i Handlu, której zagraniczne biuro handlowe w Sztokholmie wspiera polskie firmy w sprzedaży towarów i usług oraz w realizacji projektów inwestycyjnych (www.paih.gov.pl/zbh_sztokholm).
- Skandynawsko-Polską Izbę Gospodarczą (SPCC) zrzeszającą ponad 400 firm (www.spcc.pl).
- Polsko-Szwedzka Izba Gospodarcza z siedzibą w Gdańsku która wspiera polskie firmy w nawiązywaniu kontaktów handlowych z partnerami szwedzkimi (www.psig.com.pl).
- Verksamt, pomocna organizacja dla firm zakładających działalność gospodarczą w Szwecji, będąca organizacją publiczną reprezentującą Bolagsverket (rejestr spółek), Skatteverket (urząd skarbowy), Tillväxtverket (urząd rozwoju), Arbetsförmedlingen (urząd pracy). Verksamt kompleksowo wspomaga firmy lokalne i zagraniczne w prowadzeniu działalności w Szwecji (www.verksamt.se).
- IKEM – Innovation and Chemical Industries in Sweden – organizacja zrzeszająca ponad 1400 przedsiębiorstw z branży chemicznej ze Szwecji. Członkowie organizacji reprezejtują szeroko pojętą branżę chemiczną obejmującą przemysł chemiczny i tworzyw sztucznych, producentów farmaceutycznych, rafinerie czy firmy biochemiczne, bioinżynieryjne i recyklingowe. (https://www.ikem.se/in-english/).
- Medicon Valley Alliance – szwedzko-duński klaster zrzeszający firmy i organizacje badawcze z obszaru life science. Wśród członków klastra znajduje się 20 firm farmaceutycznych, 100 firm medtech, 7 parków naukowych ze szczególnym naciskiem na life science 6 inkubatorów, z których 3 skupiają się na naukach przyrodniczych. (www.mediconvalley.com).
- The Royal Swedish Academy of Sciences - niezależna organizacja, której celem jest promowanie nauk i wzmacnianie ich wpływu w społeczeństwie. Akademia promuje naukę najwyższej jakości poprzez wspieranie rozwoju i innowacji w szwedzkich badaniach naukowych. (https://www.kva.se/en/startsida).

3.12 Rekomendowane wydarzenia gospodarcze

Poniżej znajduje się lista rekomendowanych dla firmy wydarzeń gospodarczych na rynku szwedzkim. Wydarzenia zostały wybrane pod kątem największego potencjału do współpracy i szans na nawiązanie kontaktów gospodarczych dla pomorskich firm.

Elmia Subcontractor

Wiodące targi kooperacyjne w Europie Północnej. W 2021 roku planowane są na 9-12 listopada. elmia.se/en/subcontractor/

Elmia Agriculture

Największe targi w Skandynawii dedykowane rynkowi rolniczemu. Najbliższe wydarzenie zaplanowane jest na okres 19-21 października 2022 r. elmia.se/en/Lantbruk/

The Water and Wastewater Fair

Podczas targów spotykają się użytkownicy: komunalny sektor wodno-ściekowy oraz przemysł z producentami sprzętu i usług w obszarach takich jak uzdatnianie wody, dystrybucja, IT, technologia pomiaru, kontroli i regulacji, obsługa, konserwacja, badania, konsultacje i wiele innych dziedzin. Najbliższy planowany termin to 29 - 31 marca 2022 r. elmia.se/en/va-massan/

Koszty związane z targami najczęściej obejmują:

- Powierzchnię wystawienniczą (koszt zależny od rozmiaru stoiska),
- Zabudowa stoiska (koszt zależny od wybranych elementów zabudowy),
- Grafika na stoisku (koszt zależny od wybranego wariantu),
- Wpis do katalogu wystawców (koszt zależny od ilości znaków i pozycjonowania np. dodatkowy koszt za umieszczenie logotypu),
- Dodatkowe usługi oferowane przez organizatora np. organizacja dedykowanych spotkań B2B podczas targów, seminarium informacyjne, networking na stoisku, banery reklamowe na stronie targów, itd.

Najważniejsze centra wystawiennicze w Szwecji:

- Stockholmsmässan Stockholm (https://www.stockholmsmassan.se/)
- Svenska Mässan Göteborg (https://svenskamassan.se/en)
- Elmia Jonkoping (https://www.elmia.se/en/About-Elmia/Fairground-and-facilities/)
- MalmoMassan Malmö (https://www.malmomassan.se/)
- KistaMassan Kirsta (https://www.kistamassan.se/)
- Nolia Umeå (https://www.nolia.se/om-nolia/kontakta-oss/)

Istotnym źródłem pozyskiwania informacji na temat wydarzeń naukowych w dziedzinie chemii jest portal, https://conferenceindex.org/conferences/chemical-engineering/sweden oraz https://conferencealert.com/sweden.php, na których znajduje się na bieżąco aktualizowana lista

planowanych wydarzeń i spotkań o charakterze naukowym, co może okazać się przydatne firmie w nawiązywaniu relacji i budowaniu swojego potencjału.

Rekomendowane wydarzenia na 2022 r., biorąc pod uwagę obszary badawcze podejmowane przezfirmę , przedstawione zostały poniżej:

- International Conference on Agriculture and Biotechnology ICAB (15-16 lipca 2022 r., Sztokholm) – w programie konferencji znajdują się takie zagadnienia, jak biotechnologia molekularna, zastosowanie biologii molekularnej, produkcja białek rekombinowanych, oczyszczanie i analiza białek, bioinformatyka, biotechnologia rolnicza.

- International Conference on Biotechnology and Pharmaceuticals ICBP (15-16 lipca 2022 r., Sztokholm) – konferencja poświęcona będzie takim zagadnieniom, jak biotechnologia farmaceutyczna, produkcja farmaceutyczna, odkrywanie biofarmaceutyków, produkcja i diagnostyka biofarmaceutyczna.

- International Conference on Bioengineering, Biotechnology and Biosciences ICBBB (15-16 lipca 2022 r., Sztokholm) – w programie konferencji znajdują się takie zagadnienia, jak zastosowania biotechnologii, biotechnologia przemysłowa, biotechnologia środowiskowa, biotechnologia Farmaceutyczna, bioinformatyka.

- International Conference on Macromolecular Chemistry and Organic Materials ICMCOM (15-16 lipca 2022 r., Sztokholm) – konferencja poświęcona będzie takim zagadnieniom, jak chemia analityczna i środowiskowa, , chemia supramolekularna, biochemia i technologia, chemikalia oparte na biochemii, synteza i montaż nanocząstek, chemia organiczna i medyczna, gospodarka i wpływ na chemikalia w regionie.

Kolejnym ważnym źródłem czerpania informacji na temat możliwości nawiązania współpracy tak w obszarze biznesowym/badawczym jak i naukowym/badawczym jest portal Komisji Europejskiej Participant Portal dostępny pod adresem: https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/how-to-participate/partner-search .

3.13 Szwedzkie normy kulturowe

Językiem urzędowym jest szwedzki, a do uznawanych języków mniejszości zaliczają się lapoński, fiński, meänkieli, jidisz, oraz romski. Znajomość języka angielskiego jest powszechna, większość osób w Szwecji biegle posługuje się językiem angielskim i oczekuje, aby w relacjach handlowych kontrahenci również władali językiem angielskim na dobrym poziomie.

Szwecja stale zalicza się do najbardziej przyjaznych dla biznesu krajów na świecie. Jedną z głównych cech szwedzkiej kultury, która jest widoczna również w sferze biznesu to egalitaryzm - pogląd społeczno-polityczny, uznający za podstawę zasady całkowitej równości między ludźmi pod względem ekonomicznym, społecznym i politycznym. Wiara w prawdziwą równość jednostek i wynikające z niej pragnienie konsensusu określają szwedzką kulturę biznesu, zarówno pod względem struktury organizacyjnej, jak i podejścia do zarządzania. Istnieje również stosunkowo duża liczba międzynarodowych firm pochodzących ze Szwecji w porównaniu do liczby mieszkańców. W związku z tym większość Szwedów jest otwarta na kontakty z obcokrajowcami.

Szwedzkie firmy niemal powszechnie przyjmują płaską strukturę organizacyjną, w której między menedżerami a pracownikami występuje niewielka odległość władzy. Dyrektorzy są również bardziej otwarcie dostępni dla swoich podwładnych, co usuwa niektóre ustalenia dotyczące struktury dowodzenia, które zwykle występują w innych krajach. Pracownicy mogą swobodnie przekazywać swoje uwagi, pytania lub wątpliwości bezpośrednio swojemu szefowi. Kompromis i konsensus są również kwintesencją elementu szwedzkiej kultury biznesowej, szczególnie jeśli chodzi o podejmowanie decyzji i osiąganie rozwiązań. Oczekuje się, że zasady i pomysły będą omawiane otwarcie i na wszystkich poziomach przed podjęciem jakiejkolwiek decyzji.

Budowanie bliskich więzi osobistych z partnerami biznesowymi niekoniecznie jest kluczowym czynnikiem udanych negocjacji w Szwecji. W rzeczywistości większość Szwedów zachowuje bardzo ścisłą granicę między życiem zawodowym a prywatnym i jest bardziej powściągliwa w pracy. Są też bardziej zainteresowani zaletami i umiejętnościami niż osobowością osób, z którymi prowadzą interesy. W związku z tym prawdopodobnie nie będą starali się osobiście poznać swoich zagranicznych odpowiedników. Podczas spotkań towarzyskich ze szwedzkimi profesjonalistami cudzoziemcy powinni unikać przechwalania się swoimi osiągnięciami i traktować jednakowo każdego z nich. Charakter komunikacji w Szwecji jest przeważnie mniej formalny niż w Polsce, tzn. zwykła korespondencja nie wymaga formy oficjalnych pism z odręcznymi podpisami lub pieczątkami.

Preferowaną formą komunikacji w relacjach biznesowych jest poczta elektroniczna (e-mail). Zachęca się również do kontaktu telefonicznego oraz do spotkań osobistych. Korespondencja przez e-mail lub komunikacja ustna powinna odbywać się w sposób spokojny i profesjonalny, pokazujący dobrą wiedzę w danym temacie. Gdy kontakty zostają nawiązane, oczekuje się szybkich i jasnych odpowiedzi w korespondencji. W przypadku, gdy spodziewana jest zwłoka w odpowiedzi np. spowodowana nieobecnością lub pracą nad innym projektem, zachęca się do poinformowania szwedzkiego partnera o przewidywanym opóźnieniu wraz z wskazaniem terminu, kiedy może się spodziewać ponownego kontaktu.

Szwedzi są stosunkowo mało formalni w kontaktach biznesowych i szybko przestawiają się na relacje bezpośrednie, nawet przechodząc na pierwsze imię na początku znajomości. Dotyczy to zarówno osób na stanowiskach dyrektorskich jak i kontaktów na poziomie roboczym. W Szwecji społeczeństwo dba o równość i w sposób podobny prowadzi się komunikację z osobami na różnych stanowiskach, w różnym wieku lub odmiennych płci.

Ogólnie rzecz biorąc, zasady zachowania w kontaktach biznesowych w Szwecji są podobne, jak z partnerami z Ameryki Północnej i Europy Zachodniej. W Szwecji planowanie to sposób na życie, a punktualność jest niezwykle ważna, zarówno pod względem zawodowym, jak i społecznym. Szwedzi są bardzo punktualni oraz pilnują wcześniej określonych harmonogramów i innych ustaleń. Spotkania są planowane z dużym wyprzedzeniem i rozpoczynają się na czas, a w przypadku opóźnienia należy niezwłocznie o tym poinformować. Spodziewane jest trzymanie się porządku obrad. Zaleca się mocny uścisk dłoni na przywitanie i na pożegnanie ze wszystkimi obecnymi na spotkaniach. Wizytówki są powszechnie używane. Prezenty są dopuszczane przy zamykaniu transakcji, ale nie na początku relacji biznesowej.

Zaleca się prowadzenie negocjacji w sposób spokojny, cierpliwy i profesjonalny, bez większych emocji lub nacisków, pozwalając każdej ze stron na czas do przemyślenia ustaleń. Ważne jest wykazanie

zainteresowania współpracą na długi okres a osobiste spotkania są ważnym elementem w budowaniu zaufania i potwierdzeniem zaangażowania we wzajemnie korzystną współpracę.

Szwedzi cenią jakość i dbają o wygląd, dotyczy to zarówno otoczenia jak również kultury osobistej. Konserwatywna i schludna garderoba będzie odpowiednia podczas spotkań biznesowych. Spotkania biznesowe przy posiłku mogą się odbyć w porze lunchu, a nie kolacji. Rachunki w restauracji obejmują przeważnie opłaty za obsługę. Palenie jest zabronione w miejscach prowadzenia działalności, w tym w restauracjach.

W Szwecji jest wysoki poziom odpowiedzialności społecznej i powszechnie są akceptowanie i przestrzegane regulacje i prawa. Prowadząc samochód po szwedzkich drogach należy pilnować ograniczeń prędkości.

Zaleca się umawianie spotkań z co najmniej dwutygodniowym wyprzedzeniem przed terminem pierwszego spotkania. Ponieważ większość szwedzkich firm ma charakter międzynarodowy, Szwedzi są przyzwyczajeni do prowadzenia interesów z obcokrajowcami. Szwedzcy pracodawcy dbają o równowagę pomiędzy pracą i życiem osobistym, i pracownikom przysługuje minimum 25 dni wolnych rocznie. Zaleca się planowanie podróży biznesowych w okresie wrzesień-połowy grudnia oraz od połowy stycznia do połowy czerwca. Wiele firm udziela dłuższych urlopów o okresie letnim, szczególnie w lipcu i w sierpniu, a niektóre biura w tym okresie są zamknięte.

Tabela 13 Użyteczne adresy administracji centralnej

Instytucja	Niektóre kompetencje	Adres
Kancelaria Premiera *Regeringskansliet*	Koordynacja prac Rządu	Rosenbad 4, 103 33 Stockholm tel. 46 8 405 10 00 fax 46 8 723 11 71 www.regeringen.se
Parlament *Sveriges Riksdag*	Najwyższy organ legislacyjny	Sveriges riksdag 100 12 Stockholm tel. 46 8 786 40 00 www.riksdagen.se
Ministerstwo Spraw Zagranicznych *Utrikesdepartamentet*	Polityka zagraniczna i bezpieczeństwo kraju. Prawa człowieka. Prawa i interesy obywateli szwedzkich za granicą. Handel zagraniczny. Współpraca zagraniczna w zakresie rozwoju gospodarczego i inwestycji.	Gustav Adolf Torg 1 Box 161 21 SE-103 39 Stockholm tel. 46 8 405 10 00 fax.468 7231176 www.utrikes.regeringen.se
Ministerstwo Gospodarki *Näringsdepartementet*	Infrastruktura i polityka transportowa - drogi, koleje, transport morski i lotniczy. Technologie informatyczne, polityka zatrudnienia i rynku	Jakobsgatan 26 SE- 103 33 Stockholm tel. 46 8 405 10 00 fax 46 8 411 36 16 www.naring.regeringen.se

	pracy, usługi w tym zakresie i szkolenia. Zasiłki dla bezrobotnych. Rozwój regionalny. Przedsiębiorstwa państwowe. Turystyka.	
Ministerstwo Finansów *Finansdepartementet*	Polityka gospodarcza, budżet, podatki i zasiłki socjalne. Międzynarodowa współpraca gospodarcza. Banki ubezpieczenia, gry i loterie. Plany i prognozowanie rozwoju gospodarczego.	Drottninggatan 21 SE-103 33 Stockholm tel. 46 8 405 10 00 fax 46 8 21 73 86 *www.finans.regeringen.se*
Ministerstwo Środowiska *Miljödepartementet*	Ochrona przyrody. Zanieczyszczenia wody, powietrza - kontrola i zarządzanie. Badania i międzynarodowa współpraca w zakresie ochrony środowiska. Planowanie urbanistyczne i nadzór. Meteorologia i geotechnika.	Tegelbacken 2 Poczta: SE-103 33 Stockholm tel. 46 8 405 10 00 fax 46 8 24 96 28 *www.miljo.regeringen.se*
Główny Urząd Celny *Tullverket*	Realizuje politykę celną UE w Szwecji i w sprawach celnych jest nadzorowany przez organy zarządzające UE. Odpowiada za pobór VAT i cła.	Alströmergatan 39 112 98 Stockholm tel. 46 0771 520 520 fax 46 8 20 80 12 *www.tullverket.se*
Krajowa Agencja Handlu *Kommerskollegium*	Agencja rządowa zajmująca się polityką handlową i handlem zagranicznym. Zasadnicze zadania związane są z uczestniczeniem w pracach odpowiednich urzędów i agencji UE. Administracja licencjami, kontyngentami etc.	Drottninggatan 89 113 86 Stockholm tel. 46 8 690 48 00 fax 46 8 30 67 59 *www.kommers.se*
Agencja d/s Rolnictwa *Jordbruksverket*	Sektor rolnictwa, ogrodnictwa. Implementacja wspólnej polityki rolnej CAP. Naczelny Organ Weterynaryjny.	SE 551 82 Jönköping tel. 46 36 15 50 00 fax 46 36 19 05 46 *www.sjv.se*

Szwedzki Urząd Rejestracji Przedsiębiorstw *Bolagsverket*	Rejestracja wszystkich form działalności gospodarczej w Szwecji. Współpraca w ramach Unii Europejskiej w zakresie wymiany informacji o przedsiębiorstwach.	851 81 Sundsvall tel. 46 60 18 40 40 fax 46 60 12 98 40 www.bolagsverket.se
Urząd Patentowo- Rejestrowy *Patent och Registeringsverket*	Zgłoszenia i uzyskiwanie patentów oraz praw do ochrony wartości intelektualnych. Serwis informacyjny w tym zakresie.	Vallhallavägen 136 102 42 Stockholm Box 5055 tel. 46 8 782 25 00 fax 46 8 666 02 86 www.prv.se
Szwedzki Urząd Skarbowy *Skatteverket*	Nadzór nad poborem podatków. Zwrot VAT. Przygotowywanie nowelizacji prawa podatkowego. Prowadzenie systemu informacji podatkowych.	Biuro w Sztokholmie Birger Jarlsgatan 61 106 65 Stockholm tel. 46 8 764 80 00 fax 46 8 28 03 32 www.skatteverket.se
Urząd ds. Migracji *Migrationsverket*	Urząd centralny odpowiedzialny za całość polityki dotyczącej cudzoziemców w Szwecji. Prawa do pobytu i pracy, azyl, obywatelstwo.	601 70 Norköping tel. 46 11 15 60 00 fax 46 11 10 81 55 www.migrationsverket.se
Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości *NUTEK*	Agencja rządowa odpowiedzialna za rozwój przedsiębiorczości i rozwój regionalny. Opracowywanie programów i prognoz, pomoc prawna i logistyczna dla izb gospodarczych i przedsiębiorców.	Liljeholmsvägen 32 117 86 Stockholm tel. 46 8 681 91 00 fax 46 8 19 68 26 www.nutek.se
ALMI–Företagspartner AB	Przedsiębiorstwo państwowe powołane dla inicjowania tworzenia i wspierania przedsiębiorstw małych i średnich. Posiada regionalne oddziały w każdym województwie.	Liljeholmsvägen 32 117 94 Stockholm tel. 46 8 709 89 00 fax 46 8 791 90 60 www.almi.se
Rada ds. Eksportu.	Promocja szwedzkiego eksportu, wspieranie	Storgatan 19 114 85 Stockholm

Exportrådet	szwedzkiej przedsiębiorczości, posiada przedstawicielstwa w wielu krajach.	tel. 46 8 783 85 00 fax 46 8 662 90 93 www.swedishtrade.se Warszawa, Wołodyjowskiego 74 tel. 48 22 853 20 30 fax 48 22 853 20 21
Agencja Międzynarodowej Współpracy i Rozwoju *SIDA*	Agencja dostarczająca informacje i publikująca materiały dotyczące współpracy w zakresie rozwoju i kooperacji międzynarodowej.	Sveävegen 20 105 25 Stockholm tel. 46 8 698 50 00 fax 46 8 20 88 64 www.sida.se
Agencja Inwestycji Zagranicznych *ISA*	Agencja rządowa dostarczająca informacji i wsparcia inwestorom zagranicznym	Gamla Brogatan 36-38 SE 101 21 Stockholm tel. 46 8 402 78 00 fax 46 8 402 78 78 www.isa.se
Centralne Biuro Statystyczne *Statistiska Centralbyrån*		Box 24 300 104 51 Stockholm tel. 46 8 762 76 46 fax 46 8 762 76 47 www.scb.se

Tabela 14 Organizacje przedsiębiorców

Instytucja	Adres
Szwedzkie Stowarzyszenie Przedsiębiorców z branży ochrona środowiska *Näringslivets Miljöchefer*	Fleminggatan 7 104 20 Stockholm tel. 46 8 657 14 45 fax 46 8 657 37 60 www.nmc.a.se
Szwedzka Federacja Handlu *Svensk Handel*	Blasieholmsgatan 4B 103 29 Stockholm tel. 46 8 762 77 00 fax 46 8 762 77 77 www.svenskhandel.se
Sztokholmska Izba Handlowa *Stockholms Handelskammare*	Västra Trädgårdsgatan 9 103 21 Stockholm tel. 46 8 555 100 00 fax 46 8 566 316 00 www.chamber.se
Izba Handlowa Regionu Uppsala *Uppsvenska Handleskammaren*	Dag Hammarskjölds Väg 26 751 83 Uppsala tel. 46 18 50 29 50 fax 46 18 55 44 58

	www.uppsala.chamber.se
Izba Handlowa Regionu Västerbotten *Västerbottens Handelskammare*	Expolaris Center 931 78 Skellefteå tel. 46 910 77 08 90 fax 46 910 77 08 99 www.ac.cci.se
Izba Handlowa Wschodniej Szwecji *Östvenska Handelskammaren*	Nya Rådstugugatan 3 602 24 Norrköping, Box 1343 tel. 46 11 2850 30 fax 46 11 13 77 19 www.east.cci.se
Izba Handlowa Regionu Jönköping *Handelskammaren Jönköpings län*	Elmiavägen 11 554 54 Jönköping tel. 46 36 30 14 30 fax 46 36 12 95 79 www.jn.cci.se
Izba Handlowa Regionu Värmland *Handelskammaren Värmland*	S;dra Kyrkogatan 6 652 24 Karlstad tel. 46 54 22 14 80 fax 46 54 22 14 90 www.wermland.cci.se
Izba Handlowa Regionu Mälardalen *Handelskammaren Mälardalen*	Drottninggatan 26 700 08 Örebro, Box 8044 tel. 46 19 16 61 60 fax 46 19 611 77 50 www.malardalen.cci.se
Izba Handlowa Centralnej Szwecji dla Regionów Gävleborg i Dalarna *Mellansvenska Handelskammaren*	Linnévägen 1 801 04 Gävle, Box 296 tel. 46 26 66 20 80 fax 46 26 66 20 99 www.mhk.cci.se
Izba Handlowa Środkowej Szwecji *Handelskammaren Mittsverige*	Kyrkogatan 26 852 32 Sundsvall tel. 46 60 17 18 80 fax 46 60 61 86 40 www.mid.chamber.cci.se
Izba Handlowa Regionu Norrbotten *Norrbottens Handleskammare*	Kyrkogatan 9 972 38 Luleå tel. 46 920 43 56 60 fax 46 920 43 56 66 www.north.cci.se

Zrzeszenie Szwedzkich Izb Przemysłowo-Handlowych *Svenska Handelskammarförbundet*	Box 16050 Västra Trädgårdsgatan 9 103 21 Stockholm tel. 46 8 555 100 00 fax 46 8 566 316 35 www.cci.se
Izba Przemysłowo-Handlowa Południowej Szwecji *Sydsvenska Industri- och Handelskammaren*	Skeppbron 2 211 20 Malmö tel. 46 40 690 24 00 fax 46 40 69024 90 www.handelskammaren.com
Izba Przemysłowo-Handlowa Zachodniej Szwecji *Vastsvenska Industri- och Handelskammaren*	Mässans Gata 18, 6 tr. 402 25 Göteborg tel. 46 31 83 59 00 fax 46 31 83 59 36 www.handelskammaren.net
Polsko-Szwedzka Izba Handlowa *Svensk-Polska Handelskammaren*	Blasieholmsgatan 4 B 103 29 Stockholm tel. 46 8 678 69 45 fax 46 8 762 77 00 www.svenskpolska.com

Tabela 15 Polskie przedstawicielstwa w Szwecji

Instytucja	Adres
Ambasada Rzeczypospolitej Polskiej w Sztokholmie	Karlavägen 35 114 32 Stockholm tel. 46 8 50 57 50 00 fax 46 8 50 57 50 86 www.polemb.se
Wydział Ekonomiczno-Handlowy Ambasady RP w Sztokholmie	Friggagatan 4 114 27 Stockholm tel. 46 8 453 84 20 fax 46 8 21 61 88 www.polcommerce.com
Instytut Polski	Villagatan 2 114 32 Stockholm tel. 46 8 505 750 50 fax 46 8 505 750 69 www.polskainstitutet.se
Konsulat Generalny w Sztokholmie	Prästgårdsgatan 5 172 32 Sundbyberg tel. 46 8 764 48 00 fax 46 8 98 35 22 www.polskageneralkonsulatet.se

Konsulat Generalny w Malmö	Adolf Fredriksgatan 13 217 74 Malmö tel. 46 40 26 74 16 fax 46 40 91 43 39 www.polkons-malmo.com
Konsulat Honorowy Rzeczypospolitej Polskiej w Halmstad Konsul Honorowy Bo Chronier	30 104 Halmstad Box 111 tel: +46 35 210 955 fax: +46 35 158 415 e-mail: polska@konsulatet.se
Konsulat Honorowy Rzeczypospolitej Polskiej w Karlskronie Konsul Honorowy Magdalena Kurczewska-Svensson	Östra Köpmansgatan 2A 371 33 Karlskrona mobil: 46 705 73 93 62 tel. 46 455 56 115 fax 46 455 56 160 e-mail: magdalena.svensson@telia.com
Konsulat Honorowy Rzeczypospolitej Polskiej w Uppsali Konsul Honorowy Anna Cathrine Haglund	Storgatan 28A 750 30 Uppsala tel. 46 18 172 450 fax 46 18 172 469 e-mail: achaglund@swipnet.se
Konsulat Honorowy Rzeczypospolitej Polskiej w Visby Konsul Honorowy Inger Harlevi	Österväg 3 SE-621 45 Visby tel. 46 49 8203 320 fax 46 49 8203 390 e-mail: inger.harlevi@gtsab.se
Polski Ośrodek Informacji Turystycznej	Villagatan 2 114 32 Stockholm tel. 46 8 21 60 75 fax 46 8 21 04 65 www.tourpol.com

Źródła

Analiza została przeprowadzona w oparciu o dane zaczerpnięte z wtórnych źródeł danych, takich jak: statystyki i opracowania rządowe, samorządowe, branżowe, instytucji gospodarczych, organizacji, zrzeszeń; prace naukowe (publikacje naukowe, raporty badawcze instytucji naukowych); publikacje w massmediach (w tym prasa codzienna, czasopisma fachowe).

1. Ambasada RP w Szwecji sztokholm.msz.gov.pl
2. Ambasada Szwecji w RP www.swedenabroad.se/en/about-sweden-non-swedish-citizens/poland/
3. Bolagsverket www.bolagsverket.se
4. Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:31986L0653&from=EN
5. Economist Intelligence Unit www.eiu.com
6. Euromonitor International www.euromonitor.com
7. EUROSTAT ec.europa.eu/eurostat
8. Główny Urząd Statystyczny stat.gov.pl
9. International Monetary Fund (IMF) www.imf.org
10. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) www.oecd.org
11. Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia https://www.osw.waw.pl/pl
12. Polska Agencja Inwestycji i Handlu www.paih.gov.pl
13. Statistikmyndigheten SCB www.scb.se
14. Sveriges Riksbank www.riksbank.se
15. The World Bank www.worldbank.org
16. The World Bank Doing Business 2019 www.doingbusiness.org www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/country/s/sweden/SWE.pdf
17. Trading Economics tradingeconomics.com
18. Transparency International Corruption Perception Index www.transparency.org/cpi2018
19. Twoja Europa - Unia Europejska europa.eu/youreurope
20. World Atlas www.worldatlas.com
21. TrendEconomy Open Data Portal https://trendeconomy.com/ (źródło płatne)
22. ReportLinker https://www.reportlinker.com/ (źródło płatne)
23. EMIS https://www.emis.com/pl (źródło płatne)
24. IBIS World https://www.ibisworld.com/ (źródło płatne)
25. Statista https://www.statista.com/ (źródło płatne)
26. Quantitative Structure-Activity Relationship () Market (źródło płatne)
27. SWEDEN: REACHING THE CONSUMER, Santander , sierpień 2021