

Inwestor z Polski: to brzmi dumnie!

Grzegorz Nurek

Do niedawna Polacy wypatrywali zagranicznych inwestorów, od kilkunastu lat sami, odnosząc coraz większe sukcesy, podbijają wschodnie rynki.

Może ktoś wreszcie powinien powiedzieć to głośno: polską racją stanu nie jest dziś wymachiwanie płachtą „Gazety Polskiej” z tytułem *Nowe dowody na wybuch*. Nie jest nią również nieustanne jątżenie między Polską a Rosją czy budowanie polityki na uprzedzeniach, podejrzeniach i resentymentach. Polską racją stanu jest tworzenie przyjaznych stosunków międzynarodowych, w szczególności z najbliższymi sąsiadami, zwiększanie wartości polskiego eksportu i polskich inwestycji na Wschodzie. Pozycja kraju na świecie zależy bowiem od statusu materialnego jego obywateli, zamożności przedsiębiorców oraz wskaźników makro- i mikroekonomicznych.

Ryzykowny rynek

Sekretarz Rady Biznesu Polska-Rosja Henryk Cuga zapytany o ocenę polskich relacji handlowych z Federacją Rosyjską odpowiada: „Wartość polskich inwestycji w Rosji na przestrzeni ostatnich dwudziestu lat to mniej więcej 700 milionów dolarów. To niezbyt wiele, w porównaniu z jedną inwestycją rosyjską w Polsce przy budowie gazociągu Jamal: Rosjanie zainwestowali wtedy około miliarda dolarów. Nie mamy się więc szczególnie czym chwalić, jednak sytuacja musi się zmienić. Dziś każda niewielka polska firma obawia się ryzyka inwestowania w Rosji, gdyż nie może oczekiwać wsparcia własnego państwa w razie kłopotów – Polska wciąż nie posiada z Federacją Rosyjską umowy o wzajemnej ochronie inwestycji. W Rosji obowiązują także bardzo niejasne przepisy co do możliwości zakupu i użytkowania ziemi. Jedynie zwiększenie zaufania stworzy możliwość inwestowania; kiedy przybędzie polskich fabryk czy magazynów w Rosji, handel uniezależni się od politycznych wahań, różnego rodzaju blokad, embarg, kontyngentów, pozwoleń. Od 2004 roku projekt umowy o gwarancjach dla inwestorów jest w kompetencji urzędników Unii Europejskiej; inne kraje unijne takie umowy mają i dla nas jest ona również priorytetowa”.

Wartość polskich inwestycji w Federacji Rosyjskiej (w tym w Obwodzie Kaliningradzkim) stanowi 2 procent całości polskich inwestycji zagranicznych, a ich skumulowana wartość na koniec 2011 roku wyniosła 704 miliony dolarów.

W tym samym roku napłynęło również do Rosji 268 milionów dolarów nowych polskich inwestycji. Wśród naszych największych inwestycji w Rosji trzeba wymienić fabrykę Bella w Jegoriewsku, centrum logistyczno-biurowe w Nowosybirsku Toruńskich Zakładów Materiałów Opatrunkowych, zakłady przetwórstwa drzewnego w Republice Komi firmy Ideon, fabrykę puszek napojowych w Wołokołamsku firmy Can-Pack, fabrykę płyt do produkcji mebli w Nowogrodzie Wielkim firmy Pfeleiderer Grajewo, dwie fabryki płytek ceramicznych firmy Cersanit czy zakład materiałów budowlanych w Anżero-Sudżeńsku firmy Wiedemann Polska. Polsko-Rosyjska Izba Handlowo-Przemysłowa z siedzibą w Warszawie liczy około 170 polskich przedsiębiorców; rosyjscy są skupieni wokół Rosyjsko-Polskiej Izby Przemysłowo-Handlowej z siedzibą w Moskwie.

**Naszą racją stanu jest
zwiększanie eksportu i polskich
inwestycji na Wschodzie.**

Dyrektor Eksportu Budownictwa firmy Unibep Mariusz Chabrowski mówi o kolejnych trudnościach w kontaktach biznesowych z Rosjanami: „Nie startujemy w przetargach publicznych w Rosji

z uwagi na duże preferencje udzielane miejscowym firmom, a także w związku z bardzo nieregularnym finansowaniem robót budowlanych. Naszymi klientami w Rosji są firmy prywatne”. Dyrektor eksportu firmy Kler Sławomir Kalka dodaje, że Rosja prowadzi politykę ochrony własnego rynku, ustanawiając wysokie cła.

Henryk Cuga podkreśla również znaczenie Obwodu Kaliningradzkiego we wzajemnych relacjach handlowych: „Z początkiem lat dziewięćdziesiątych powstawało tam bardzo wiele agend produkcyjnych i handlowych: ponad 500 firm z Polski. Wystarczyło dostarczyć przysłowiowy gwóźdź z Polski, zgiąć go na terenie Kaliningradu i eksportować do Rosji jako produkt rosyjski. Gdy prezydent Putin wprowadził specjalną strefę ekonomiczną, taki stan rzeczy dobiegł końca: barierą okazał się zapis, zgodnie z którym ulgi i przywileje przysługują inwestorom, których wartość inwestycji wynosi minimum 5 milionów dolarów. Tych wymogów polskie firmy na ogół nie spełniały, a ich liczba spadła do około 100. Obniżenie progu wysokości inwestycji i wejście w życie nowej ustawy o małym ruchu granicznym na nowo ożywiło handel w tym rejonie. Regionalni przedsiębiorcy zyskali możliwość częstych wyjazdów i pilnowania swoich interesów na miejscu. Oczekujemy więc odwrócenia tendencji i wzrostu kontaktów gospodarczych z Obwodem”.

Nie jest źle, może być lepiej

Na Białorusi Polska zajmuje dwunaste miejsce wśród inwestorów zagranicznych: od 1991 roku wartość naszego kapitału w tym kraju to 400 milionów dolarów, a w 2011 roku zainwestowaliśmy tam 86 milionów dolarów. Na Białorusi było wówczas zarejestrowanych 580 spółek z udziałem polskiego kapitału. Polsko-Białoruska

Izba Handlowo-Przemysłowa w Warszawie skupia około stu członków, z czego co czwarty to przedsiębiorca białoruski.

Wśród największych polskich inwestycji trzeba wymienić chociażby fabrykę do produkcji mieszanek cementowych i gipsowych firm Atlas-Tajfun w Grodnie, zakład firmy meblarskiej Black Red White, zakłady mięsne Inco-Food oraz Global-Invest. Jan Kulczyk oraz Leszek Czarnecki zainwestowali tam również w rynek bankowy.

Wartość inwestycji mogłaby znacznie wzrosnąć, gdyby udało się (podobnie jak z Ukrainą czy Rosją w Obwodzie Kaliningradzkim) wprowadzić ułatwienia w ruchu granicznym. Jak podkreśla Marcin Bosacki, rzecznik Ministerstwa Spraw Zagranicznych RP: „Ministerstwo Spraw Zagranicznych uznaje wdrożenie umowy o małym ruchu granicznym pomiędzy Polską a Białorusią z 12 lutego 2010 roku za jedną z najistotniejszych kwestii w relacjach dwustronnych. Dzięki MRG, potencjalnie około 1,1 miliona obywateli białoruskich z obwodu brzeskiego i grodzieńskiego otrzymałoby szerszą możliwość wjazdu na terytorium Polski oraz przebywania w strefie przygranicznej. Strona polska zakończyła proces ratyfikacji umowy 17 września 2010 roku, jednak aby umowa mogła wejść w życie, podobna notyfikacja musi nastąpić także po stronie białoruskiej, a to dotychczas niestety nie nastąpiło. Tak więc decyzyja w tej sprawie należy całkowicie do władz Białorusi”.

Znacznie lepiej miewa się polski kapitał zainwestowany na Ukrainie stanowiący – jak podaje firma doradcza PwC w raporcie „Polski Czempion” – 3 procent całości polskich inwestycji zagranicznych. Z końcem 2011 roku łączna ich wartość na terenie Ukrainy wyniosła 875,5 miliona dolarów, a więc najwięcej spośród trójki wschodniosłowiańskich sąsiadów. Nie ma się zresztą czemu dziwić – Ukraina to naturalny, najbardziej oczywisty kierunek dla polskich inwestycji na Wschodzie. Sprzyja temu bliskość geograficzna i wielkość rynku.

Wśród największych inwestycji ostatnich lat można wymienić zakład produkcyjny firmy Inter Groclin Auto w Użhorodzie, inwestycje PZU, fabrykę firmy Barlinek w Winnicy, fabrykę ceramiki sanitarnej Cersanit czy fabrykę puszek napojowych w Wyszhorodzie firmy Can-Pack. Liczne polskie banki zainwestowały również w tamtejszy sektor bankowy. Polsko-Ukraińska Izba Gospodarcza w Warszawie skupia około 300 członków (z tego grona połowę stanowią przedsiębiorcy polscy, połowę ukraińscy).

Krzysztof Koszela, dyrektor do spraw eksportu i rozwoju rynków zagranicznych firmy Jutrzenka Colian SA, tak ocenia rynki wschodnie: „Eksportujemy swoje produkty – słodczyce i przyprawy – do Rosji, Białorusi oraz na Ukrainę. Zapewne każda branża inaczej będzie postrzegać i oceniać te rynki, jednak moim zdaniem są one

Polskie produkty często są na Wschodzie chętnie kupowane, jednak ludzie nie wiedzą, że pochodzą one z Polski.

trudne, wymagają cierpliwości i konsekwencji działania. Najłatwiej zbudować pozycję firmy na rynku białoruskim, ponieważ uwarunkowania polityczne sprawiają, że niewielu przedsiębiorców decyduje się tam prowadzić interesy, stąd też konkurencja jest niewielka. Rosja i Ukraina to z kolei duże rynki o wielkim potencjale. Nie rywalizujemy cenowo, nasze produkty mają wysoką jakość, są znane, cenione i kupowane, ich ceny często są wyższe od produktów tamtejszych firm”.

Koszela dodaje, że oparcie się na już istniejących dystrybutorach jest lepszym rozwiązaniem niż próba samodzielnego podboju rynku poprzez budowanie dystrybucji z wykorzystaniem własnych możliwości sprzedaży. Problemem są również często nieprzychylnie nastawione lokalne władze, praktyki korupcyjne oraz oligarchowie, którzy niechętnie patrzą na konkurencję z zewnątrz.

Skąd te jabłka?

Jakie jeszcze kroki należałoby przedsięwziąć, aby pomóc polskim inwestorom? Iwan Rassochin, dyrektor warszawskiego oddziału Centrum Współpracy Biznesowej Polska-Rosja, zwraca uwagę na kwestie wizerunkowe: „Z moich obserwacji mogę potwierdzić brak dostatecznej promocji Polski i polskich marek handlowych w Rosji. Podczas wielu targów w Moskwie różne organizacje, izby handlowe czy firmy mają osobne, małe stoiska. Zupełnie inaczej promują się Litwini, Turcy czy Czesi. Wszystkie ich podmioty uczestniczące w targach potrafią zaprojektować i zbudować olbrzymie, piękne stoiska narodowe, gdzie dopiero kiedy podejdziesz się bliżej, można dostrzec osobne stanowiska różnorodnych firm. Małe stoisko zupełnie mija się z celem, to po prostu pieniądze wyrzucone w błoto: firmy na własną rękę, tnąc koszty, zamawiają

Należy udroźnić przejścia graniczne – nic tak nie zniechęca do prowadzenia interesów jak wielogodzinne kolejki.

niewielkie stoiska, dorzucają kilkadziesiąt ulotek i myślą, że są w stanie się w ten sposób wypromować. Zamiast tego wszystkie cztery ministerstwa – Gospodarki, Spraw Zagranicznych, Rolnictwa, Finansów –

wspólnie z izbami handlowymi i firmami powinny dzielić się kosztami i tworzyć reprezentacyjne stoiska narodowe”.

Rassochin podkreśla, że „w Rosji nie ma marek postrzeganych jako polskie”. Dodaje: „Produkty firmy budowlanej Atlas są bardzo popularne, ale mało kto zdaje sobie sprawę, że pochodzą one z Polski. Podobnie rzecz ma się z samochodami marki Opel czy Fiat bądź jabłkami, w których eksporcie do Rosji Polska przoduje”.

Kiedy polskie marki stają się rozpoznawalne, pojawiają się kolejne trudności. Dyrektor sprzedaży w firmie Insituform Rafał Chart zauważa: „Odnoszę wrażenie, że Rosjanie wolą produkty z Zachodu i polskie marki potrzebują dużo więcej czasu, aby się przebić – ja reprezentuję firmę amerykańską, więc mnie ten problem

nie dotyczy, ale zawsze lepiej przedstawić się jako przedstawiciel zachodniej firmy niż polskiej. Zresztą u nas też to pokutuje. Chętniej kupimy coś z Zachodu niż na przykład z Rumunii czy Czech”.

Ponadto od lat najważniejszą kwestią pozostaje udrożnienie przejazdów przez granice – nic tak nie zniechęca do prowadzenia interesów jak wielogodzinne oczekiwanie w kolejkach. Przedsiębiorcy powtarzają jak mantrę, że jest możliwe nawet kilkukrotne zwielokrotnienie eksportu i rekordowy skok w zakresie inwestycji na Wschodzie. Istnieje również potrzeba penetracji innych rynków krajów dawnego Związku Radzieckiego – na przykład Ministerstwo Gospodarki RP uznało Kazachstan za jeden z pięciu najbardziej perspektywicznych kierunków eksportu i inwestycji w 2013 roku. Warto, abyśmy geopolityczne położenie kraju zaczęli postrzegać jako nasz największy atut i szansę na przyszły dobrobyt. 🏰

Grzegorz Nurek jest dziennikarzem i stałym współpracownikiem „Nowej Europy Wschodniej”.