



BIULETYN

Nr 28 (1004), 20 marca 2013 © PISM

Redakcja: Marcin Zaborowski (redaktor naczelny) • Katarzyna Staniewska (sekretarz redakcji)
Jarosław Ćwiek-Karpowicz • Artur Gradziuk • Piotr Kościński
Roderick Parkes • Marcin Terlikowski • Beata Wojna

Możliwości biznesowe w Indiach – stan obecny i perspektywy

Patryk Kugiel

Podczas gdy Polska dostrzegła już potencjał gospodarki chińskiej, znaczenie gospodarcze Indii nie jest jeszcze w pełni doceniane. Chociaż pozostają one stosunkowo odległym i trudnym partnerem, ich ogromny rynek konsumencki i szybki wzrost gospodarczy stwarzają nowe możliwości dla polskiego eksportu i inwestycji, zwłaszcza podczas kryzysu w Europie. Sektor prywatny będzie musiał nauczyć się więcej o tamtejszym rynku i przygotować do wysokich kosztów wejścia, rząd może jednak dodatkowo ułatwić współpracę, intensyfikując dialog polityczny, uruchamiając kampanię promocyjną i wzmacniając współpracę kulturalną z Indiami.

Rosnące możliwości. Indie, z ponad 1,2 mld mieszkańców i wysokim tempem wzrostu gospodarczego w ostatniej dekadzie (ok. 8% PKB rocznie), stały się ważnym rynkiem dla zagranicznych eksporterów i inwestorów. Indyjski import w 2011 r. wyniósł 463 mld dol., czyniąc Indie dwunastym największym importerem towarów przemysłowych (2,5% importu ogółem na świecie) i siódmym największym importerem usług komercyjnych (udział 3,6%). To także ósmy co do wielkości rynek eksportowy dla europejskich firm. Skumulowana wartość inwestycji w Indiach między 2000 r. a 2012 r. wynosiła 280 mld dol., a według badań agencji ONZ–UNCTAD kraj jest uważany za trzeci najatrakcyjniejszy kierunek inwestycji zagranicznych (po Chinach i USA) w latach 2012–2014. Podczas gdy obcy kapitał lokowany był dotąd głównie w sektorze usług i IT (19% i 6%), Indie mogą również – np. dzięki licznej i wciąż taniej sile roboczej – przyciągnąć więcej inwestycji w sektorach pracochłonnych i zastąpić Chiny jako globalne centrum produkcji. Mimo że kluczowe reformy gospodarcze w roku przed wyborami parlamentarnymi w 2014 r. są mało prawdopodobne, duże potrzeby kapitału mogą skłonić rząd do ułatwień dla inwestorów zagranicznych w przyszłych latach.

Aby ożywić wzrost gospodarczy i ograniczyć problem ubóstwa, dwunasty plan pięcioletni (na lata 2012–2017) przewiduje ponad 1 bln dol. na inwestycje w infrastrukturę oraz wiele miliardów na inwestycje w sektorach energetycznym, opieki zdrowotnej i edukacji. Indie, czwarty największy konsument energii, podwoją swoje zapotrzebowanie na nią w ciągu najbliższych dwóch dekad, importując więcej ropy, gazu i węgla oraz rozwijając energię odnawialną i technologie ekologiczne. Jako największy na świecie importer broni planują wydać około 100 mld dol. na zbrojenia w ciągu najbliższych 5–7 lat. Sektor handlu detalicznego wart 440 mld dol. w 2011 r. ma wzrosnąć do 730 mld dol. w 2015 r.; przemysł technologii informatycznych, który w 2012 r. wygenerował przychody w wysokości 100 mld dol., będzie rósł w tempie 9% rocznie; rynek farmaceutyczny ma wzrosnąć o 14% rocznie do 36 mld dol. w 2015 r., a przemysł biotechnologiczny, wart 3,7 mld dol. w 2011 r., w roku 2015 może osiągnąć 10 mld. Jednocześnie indyjska klasa średnia, szacowana obecnie na ok. 200 mln osób, może sięgnąć 600 mln do 2025 r. Przykłady te pokazują, że Indie mogą zaoferować przedsiębiorstwom europejskim nowe możliwości, zwłaszcza jeśli umowa o wolnym handlu i inwestycjach, negocjowana od 2007 r. przez UE i Indie, zostanie podpisana jeszcze w tym roku, co da szerszy dostęp do rynku indyjskiego.

Bariery i wyzwania. Współpraca gospodarcza z Indiami nie jest jednak łatwym zadaniem. Według raportu Banku Światowego badającego łatwość prowadzenia biznesu Indie zostały sklasyfikowane w 2012 na 132. miejscu wśród 185 krajów (dla porównania Polska była 55., Chiny 91.). Największy problem jest z egzekwowaniem umów (184. pozycja), uzyskiwaniem pozwoleń na budowę (182.) oraz rozpoczęciem działalności gospodarczej (172.). Eksport

do Indii ograniczają wysoki poziom ceł, zwłaszcza na niektóre produkty (np. żywność, samochody), wiele barier pozataryfowych oraz długotrwałe i skomplikowane procedury celne; firmy zagraniczne działające w kraju muszą ścierać się z rozbudowaną biurokracją, skomplikowanymi systemami podatkowymi, słabą infrastrukturą, arbitralnymi decyzjami administracyjnymi, nieskutecznym wymiarem sprawiedliwości i wszechobecną korupcją. Według ostatniego indeksu postrzegania korupcji (CPI 2012) Indie zostały uszeregowane na 95. pozycji wśród 174 krajów, a ostatnie głośne skandale korupcyjne doprowadziły do anulowania kilku kontraktów i pogorszyły jeszcze klimat inwestycyjny.

Pomimo trwającej od 1991 r. liberalizacji gospodarki bezpośrednio inwestycje zagraniczne w niektórych sektorach są nadal zakazane (np. energia atomowa, hazard), a w wielu innych znacznie ograniczone (np. finanse, lotnictwo, ubezpieczenia). Mimo że rząd Indii próbuje ostatnio odzyskać zaufanie inwestorów – w zeszłym roku forsował kontrowersyjne reformy otwierające rynek handlu detalicznego dla zagranicznych supermarketów, a także dopuszcza większe inwestycje w sektorze lotnictwa – pozostaje jeszcze wiele do zrobienia. Inne ograniczenia dla biznesu dotyczą m.in. uciążliwego prawodawstwa pracy (np. ścisła ochrona zatrudnienia), ograniczonego dostępu do wrażliwych sektorów (np. rolnictwa) oraz preferowania krajowych przedsiębiorstw w zamówieniach publicznych. Podejmując działalność w Indiach, należy brać pod uwagę również różnice w przepisach między stanami, gdyż niektóre mogą być bardziej przyjazne dla inwestorów (jak np. Gudżarat) niż pozostałe (np. Bengal Zachodni).

Polskie doświadczenia. W 2011 r. handel dwustronny odnotował wzrost o 42%, a w 2012 r. o 1%, osiągając wartość 1,9 mld dol. Indie są dla Polski piątym największym partnerem handlowym spoza UE (po Chinach, USA, Korei Południowej i Japonii). Co ważniejsze, eksport z Polski w 2011 r. wzrósł aż o 57% w 2011, a w 2012 o 27%, dzięki czemu po raz pierwszy od wielu lat udało się zmniejszyć deficyt handlowy z 831 do 574 mln dol. Ten pozytywny trend będzie się prawdopodobnie utrzymywał w przyszłości – jak pokazuje niedawny raport banku HSBC, polski eksport do Indii może rosnąć o 16% rocznie w latach 2016–2020, najszybciej wśród wszystkich partnerów gospodarczych. Indie wyłaniają się również jako nowy pozaeuropejski kierunek polskich inwestycji. Skumulowana wartość polskich BIZ w Indiach wyniosła 182 mln dol. na koniec 2011 r. To wciąż niewiele, ale Indie są i tak kierunkiem wybieranym częściej niż Chiny (127 mln dol.). Firmy, które zdecydowały się na inwestycje bezpośrednie w Indiach (TZMO, Polmor, Canpack), prosperują dobrze i rozważają dalszą ekspansję. Intensyfikacja współpracy gospodarczej była również głównym tematem dialogu podczas wizyt premiera Donalda Tuska w New Delhi w 2010 r. i ministra spraw zagranicznych Radosława Sikorskiego w 2011 r.

Mimo tych pozytywnych zmian obecny poziom współpracy gospodarczej trudno uznać za zadowalający. Udział Indii w polskim eksporcie to jedyne 0,36% całości. Ograniczona wiedza o partnerze i wysokie koszty wejścia na rynek są dla większości polskich małych i średnich przedsiębiorstw głównymi przeszkodami do rozwinięcia działalności w Indiach. Oferta eksportowa Polski obejmuje przede wszystkim wyroby przemysłu elektromaszynowego (maszyny i urządzenia maszynowe), chemicznego (wyroby gumowe i organiczne substancje chemiczne), hutnictwa żelaza i stali (żelazo, żeliwo, stal), więc nie zawiera tego, czego Indie potrzebują najbardziej, tj. ropy i gazu czy technologii jądrowej. Wiele z najatrakcyjniejszych sektorów związanych z indyjską transformacją (samochodowy, infrastruktura, telekomunikacja, handel wielkopowierzchniowy itp.) będzie miało niewielkie znaczenie dla polskich firm, które w tych dziedzinach nie zajmują wysokiej pozycji. Mimo to polskie firmy powinny znaleźć nisze na ogromnym rynku indyjskim w wielu sektorach, a zwłaszcza: obronnym, poszukiwania ropy i gazu, przetwórstwa spożywczego, farmaceutycznym i medycznym, środków chemicznych, kosmetyków, opakowań i usług. Jednym ze strategicznych obszarów, w którym oba kraje współpracowały przez dziesięciolecia, a Polska ma atrakcyjną ofertę, jest energia. Obejmuje to eksport węgla, dostarczanie maszyn i technologii dla górnictwa, ale także poszukiwanie alternatywnych źródeł energii (np. gaz łupkowy) i rozwój zielonych technologii.

Wnioski i rekomendacje. Chociaż w roku podatkowym 2012/2013 indyjska gospodarka zwolniła do wzrostu na poziomie 5% PKB, ma silne podstawy makroekonomiczne i znaczny potencjał wewnętrzny do przywrócenia wysokiego tempa rozwoju gospodarczego. Wciąż ma też szanse zostać do 2025 r. trzecią największą gospodarką na świecie, jak zakładał indyjski rząd. Jednocześnie polskie firmy, w związku ze swą ugruntowaną pozycją na bliskich rynkach i kryzysem gospodarczym w Europie, powinny zbadać możliwości działania we wschodzących gospodarkach. To zatem odpowiedni moment na uznanie Indii za priorytetowy kierunek polskiego eksportu i inwestycji. Aby osiągnąć sukces na tym trudnym rynku, polskie firmy muszą jednak lepiej poznać nowego partnera oraz przygotować się na poniesienie stosunkowo wysokich kosztów wejścia na rynek i na długą obecność. Powinny również uzyskać łatwiejszy dostęp do instrumentów wsparcia eksportu i efektywniej je wykorzystywać na poziomie krajowym i europejskim. Aby wzmocnić swoją pozycję wobec partnerów oraz zwiększyć szanse przy ubieganiu się o duże kontrakty, mogą też próbować połączyć swoje aktywa w konsorcja. Tworzenie joint ventures z wiarygodnymi indyjskimi partnerami to inna sprawdzona strategia na rozszerzenie działalności na tamtejszym rynku.

Rząd może wesprzeć te inicjatywy, intensyfikując dialog polityczny na wysokim szczeblu i promując polską gospodarkę za granicą. Program dla Indii „GoIndia” na wzór „GoChina”, uruchomionego dla Chin przez Ministerstwo Gospodarki, przyczyniłby się do rozpowszechniania wiedzy na temat możliwości biznesowych i zachęcenia firm do działań na rynku indyjskim. Wspierając polskie MŚP w wejściu na rynek, rząd powinien skupić się na ułatwieniu współpracy w obszarach strategicznych takich jak energetyka, obronność lub nauka. Ponadto wzmocniona współpraca kulturalna i ułatwienie kontaktów międzyludzkich będą ważne dla promowania marki Polski w Indiach i stworzenia rynku dla polskich produktów w perspektywie długoterminowej.