



BIULETYN

Nr 82 (1194), 26 czerwca 2014 © PISM

Redakcja: Marcin Zaborowski (redaktor naczelny) • Katarzyna Staniewska (sekretarz redakcji)
Jarosław Ćwiek-Karpowicz • Aleksandra Gawlikowska-Fyk • Artur Gradziuk • Piotr Kościński
Łukasz Kulesa • Roderick Parkes • Patrycja Sasnal • Marcin Terlikowski

Singapur – brama do Azji dla polskich firm

Patryk Kugiel

Singapur, najmniejszy kraj Stowarzyszenia Narodów Azji Południowo-Wschodniej (ASEAN), jest zarazem największym partnerem handlowym Polski w regionie, z perspektywą wzrostu eksportu. Strategiczne położenie, łatwość prowadzenia biznesu, stabilność polityczna i silne więzi z sąsiednimi gospodarkami czynią go doskonałym miejscem na regionalne centrum ekspansji gospodarczej. Polski rząd powinien rozważyć otwarcie tam specjalnej instytucji, czyli Domu Polskiego, oferującego kompleksowe i praktyczne wsparcie firmom planującym i zaczynającym działalność na rynkach regionalnych.

Polska i Singapur. Po ożywieniu współpracy z krajami ASEAN-u w ostatnich latach Polska powinna teraz skupić się na poprawie swojej pozycji na wybranych i najbardziej obiecujących rynkach w regionie. Na szczególną uwagę zasługuje Singapur. Mimo niewielkiego rozmiaru i liczby ludności (5,4 mln) kraj ten jest największym partnerem handlowym Polski spośród członków ASEAN-u i szóstym największym w całej Azji. W 2012 r. obroty wyniosły 1,3 mld dol. Bilans handlowy jest niekorzystny dla Polski, która w Singapurze kupuje prawie dwukrotnie więcej (810 mln dol.), niż sprzedaje (488 mln dol.), a w strukturze towarowej eksportu dominują statki, łodzie i struktury pływające. W pierwszych czterech miesiącach br. polski eksport wzrósł jednak o 45%, co potwierdza, że rynek ten ma duży potencjał. Singapur jest największym partnerem handlowym UE w ASEAN-ie, a Polska – jego ósmym głównym partnerem w Unii.

Singapur to także główny inwestor z regionu w Polsce i piąty największy z Azji. Kapitał singapurski inwestuje przede wszystkim na rynku finansowym, chociaż zaangażowany jest również w budowę nowoczesnej elektrowni spalania odpadów w Białymstoku i w renowację Hotelu Europejskiego w Warszawie. Wartość skumulowanych inwestycji Singapuru w Polsce na koniec 2012 r. wynosiła 216 mln dol. To stanowi jedynie 0,09% łącznych inwestycji w Polsce i odpowiada za 0,2% inwestycji z tego kraju w UE – zdecydowanie zbyt mało jak na strategiczne położenie Polski i fakt, że Singapur jest szóstym największym inwestorem w Unii. Należy jednak dodać, że polskie inwestycje w Singapurze są jeszcze mniejsze. Dlatego też ożywienie współpracy gospodarczej i inwestycyjnej było głównym tematem rozmów premierów obu krajów, Donalda Tuska i Lee Hsien Loonga, podczas spotkań w Singapurze w 2012 r. i w Warszawie w 2013 r.

Brama do Azji. Singapur jest dziś jednym z najlepiej rozwiniętych i najbogatszych państw świata, z PKB na mieszkańca powyżej 47 tys. dol. Sukces tego miasta-państwa wynika z jego strategicznego położenia, stabilności politycznej, sprawnego zarządzania oraz bardzo korzystnych warunków dla biznesu, sprzyjających napływowi inwestycji zagranicznych. Kraj leży na południowym krańcu Półwyspu Malajskiego, w samym centrum Azji Południowo-Wschodniej, nad cieśniną Malakka stanowiącą część jednego z głównych szlaków morskich. Ma trzeci największy port świata i jest doskonale połączony infrastrukturalnie i instytucjonalnie z rynkami Azji. Należy do strefy wolnego handlu ASEAN-u, obejmującej 600 mln konsumentów. Podobne porozumienia z najważniejszymi krajami Azji (Indiami, Chinami, Japonią) dają mu łatwiejszy dostęp do ogromnych rynków i stymulują eksport. Singapur jest też ważnym centrum finansowym i handlowym, miejscem prestiżowych targów, wystaw i spotkań liderów politycznych i biznesowych.

To także jedno z państw najbardziej przyjaznych dla biznesu. Zajmuje pierwsze miejsce w rankingu Banku Światowego z 2013 r. dotyczącym łatwości prowadzenia firmy (dla porównania Polska była 45.), drugie miejsce w rankingu konkurencyjności w 2013 r., przygotowanym przez Światowe Forum Gospodarcze (Polska – 42.), i ósmą pozycję w rankingu globalnej innowacyjności w 2013 r., sporządzonym m.in. przez agendę ONZ ds. własności

intelektualnej (Polska – 49.). Otwarcie firmy wymaga jedynie trzech czynności (możliwych przez internet), trwa poniżej trzech dni i kosztuje 400 dol. singapurskich (ok. 1200 PLN). Kapitał wymagany do założenia spółki z o.o. wynosi symbolicznego dolara. W przeciwieństwie do innych azjatyckich państw, w Singapurze prawie nie występuje problem korupcji. Państwo oferuje dużą ochronę inwestorów, niskie podatki i silny sektor finansowy z łatwym dostępem do kredytów. Powszechne użycie języka angielskiego, system prawny oparty na wzorach brytyjskich i wysoki poziom wykształcenia sprawiają, że miejsce to jest stosunkowo przyjazne dla Europejczyków. Dlatego wiele firm zachodnich właśnie tam otwiera swoje centra regionalne. Mogą stamtąd obserwować przemiany w Azji i zarządzać operacjami na sąsiednich rynkach.

Bariery i szanse. Polskie firmy ciągle w małym stopniu korzystają z możliwości tego rynku. Spośród ponad 9 tys. firm z UE obecnych w Singapurze mniej niż 40 pochodzi z Polski (np. Ciech, Bioton). Dla wielu poważne bariery stanowią odległość, niewielka wiedza o tym kraju i brak kontaktów na miejscu. Poza tym Singapur jest bardzo rozwiniętym rynkiem, na którym firmy muszą konkurować z największymi korporacjami z Azji i Zachodu. Dla małych i średnich podmiotów z Polski dużą przeszkodą są też wysokie koszty uruchomienia działalności (wynajem biur, zatrudnienie pracowników itp.). Polskie firmy nie mogą liczyć na tak wszechstronne wsparcie państwa jak przedsiębiorstwa niemieckie czy francuskie. Problemem jest również mała rozpoznawalność polskiej marki narodowej. Polska, która dopiero niedawno nasiliła ekspansję w kierunku Azji, ciągle jeszcze poznaje potencjał rynków ASEAN-u.

Na poziomie dwustronnym Singapur może być atrakcyjnym partnerem, szczególnie w sektorach: obronnym, spożywczym, dóbr konsumpcyjnych, technologii i innowacyjności. Kraj ten importuje aż 100% żywności, co stanowi szansę dla polskich eksporterów produktów spożywczych. Już od kilku lat niektóre polskie firmy mają zezwolenia na eksport mięsa i powoli wchodzi na tamtejszy rynek. Singapur jest piątym na świecie importerem uzbrojenia odpowiedzialnym za 4% globalnego importu broni, co może czynić go ważnym partnerem dla polskiej zbrojeniówki, obecnej już na rynkach Malezji czy Filipin. Wskutek dużej zamożności społeczeństwa singapurskiego kraj jest atrakcyjnym rynkiem zbytu dla producentów dóbr konsumpcyjnych i luksusowych (takich jak jachty, meble, kosmetyki czy ubrania).

Priorytetowo należy traktować współpracę naukowo-technologiczną. Dobrą podstawę do działań w tym obszarze daje odnowione porozumienie między singapurską rządową Agencją ds. Nauki, Technologii i Badań (A*STAR) a polskim Ministerstwem Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Cztery polskie uczelnie podpisały umowy o współpracy z Narodowym Uniwersytetem w Singapurze i już ok. 40 polskich studentów korzysta z możliwości wymian studenckich. Warto zauważyć, że dwie z trzech uczelni singapurskich znajdują się w pierwszej setce listy 500 najlepszych uniwersytetów na świecie, a kraj uznawany jest za lidera w zakresie wysokich technologii i innowacyjności.

Ważny dla dalszej współpracy będzie rok 2015, kiedy wejdzie w życie podpisana w 2013 r. umowa o wolnym handlu między UE a Singapurem i usunięte zostaną ostatnie bariery taryfowe i pozataryfowe w handlu. Może to być szczególnie korzystne dla polskich eksporterów mięsa, alkoholi, części samochodowych i maszyn. Umowa z pewnością umocni pozycję Singapuru jako głównego partnera Unii w ASEAN-ie, a dla Polski stanowi szansę na zwiększenie jej udziału w handlu i inwestycjach unijno-singapurskich.

Wnioski. Singapur jest dla Polski coraz ważniejszym i atrakcyjniejszym partnerem gospodarczym. To jednak nie tylko krajowy rynek z dużym potencjałem, ale przede wszystkim brama do Azji dla eksporterów i inwestorów. Aby przy obecnych ograniczonych środkach osiągnąć maksymalne efekty we wspieraniu polskich firm, rząd powinien uznać Singapur za perspektywiczne centrum regionalne dla biznesu w całym ASEAN-ie. Dzięki zgromadzeniu w jednym miejscu większości funduszy i nowych instrumentów Polska może stać się bardziej widoczna. Zapewni też obecnym tam przedsiębiorcom bardziej wszechstronne wsparcie. Podobne rozwiązanie jest już wprowadzane przez Ministerstwo Gospodarki, które powołało Wydział Handlu i Inwestycji przy Ambasadzie RP w Abu Zabi jako centrum regionalne dla obszaru Zatoki Perskiej.

Aby ten pomysł przełożył się na konkretne działania, wskazane wydaje się utworzenie centrum regionalnego Domu Polskiego w formie partnerstwa publiczno-prywatnego, gdzie w jednym miejscu firmy chcące rozpocząć działalność w Singapurze otrzymałyby kompleksowe i praktyczne wsparcie obejmujące m.in. doradztwo, usługi prawne i wynajem powierzchni biurowej na pierwsze miesiące funkcjonowania. Centrum mogłoby się zajmować także całościową promocją marki POLSKA, promocją kulturalną, zarządzaniem udziałem polskich firm w wystawach i targach itp. We współpracy z innymi placówkami dyplomatycznymi i własną siecią partnerów w regionie byłoby odpowiedzialne za dostarczanie informacji i wsparcia firmom aktywnym w krajach ASEAN-u.

Singapur powinien zostać uznany za kraj priorytetowy w ramach nowej edycji programu Ministerstwa Gospodarki wspierającego polskie firmy na rynkach perspektywicznych. Warto też rozważyć różne rozwiązania pozwalające na zmniejszenie geograficznego i kulturowego dystansu między oboma krajami. Uruchomienie bezpośredniego połączenia lotniczego w zdecydowany sposób skróciłoby czas podróży. Wdrożenie specjalnego programu finansowania współpracy między izbami handlowymi, uniwersytetami, think tankami czy instytucjami kulturalnymi ożywiłoby kontakty międzyludzkie i poprawiło widoczność Polski. Rząd powinien jednocześnie kontynuować starania o przyciągnięcie większej ilości inwestycji z Singapuru, wykorzystując ideę Polski jako regionalnego centrum i bramy do Europy Środkowej.