

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

RAZEM CZY OSOBNO?



CENTRUM
STOSUNKÓW
MIĘDZYNARODOWYCH

RELACJE

12/2016

www.csm.org.pl

Mimo rywalizacji, Polskę i Czechy łączy chęć rozwijania potencjału i ukazywania atrakcyjności regionu Europy Środkowo-Wschodniej, ponieważ przekłada się to na zwiększenie możliwości rozwojowych obu krajów. Największą synergię widać w sektorze turystyki, promocji wiedzy o regionie i wspieraniu przedsiębiorczości, a także współpracy akademickiej i kulturalnej. Największa rywalizacja występuje w walce o zagraniczne inwestycje i w ekspansji zagranicznej.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

2

Polska i Czechy to kraje, które się często porównuje. Łączy je nie tylko bliskie położenie i wspólna historia, ale także podobieństwa w podejściu do rozwoju ekonomicznego. Oba są w Unii Europejskiej i strefie Schengen, mają wysoki udział przemysłu w PKB, odnotowują wzrost gospodarczy, ale są także uzależnione od importu surowców energetycznych z Rosji. Przez kilkadziesiąt lat wchodziły w skład Rady Wzajemnej Pomocy Gospodarczej (RWPG) – międzynarodowej organizacji państw bloku wschodniego. Dziś działają w ramach Grupy Wyszehradzkiej (V4) w takich kwestiach jak m.in. migracje, ale i rywalizują na wielu polach, takich jak inwestycje zagraniczne, handel czy ekspansja gospodarcza. W jakich sektorach najbardziej się im opłaca współpracować?

Turystyka

Wkład turystyki w ogólny PKB Polski to tylko 5,3% i 8% dla Czech (2014) – istnieje więc ogromny potencjał rozwoju tego sektora w całym regionie. Pierwsze kroki w tym kierunku zostały już poczynione: od 1 stycznia 2015 roku kraje grupy wyszehradzkiej posługują się jednolitym hasłem „Discover Central Euro-

pe” promując się na dalekich rynkach azjatyckich. Wspólne podejście do oferty turystycznej ma swoje uzasadnienie: według statystyk, na przykład turyści z Chin (ich liczba szybko rośnie) przyjeżdżają do Europy średnio na 9 dni i odwiedzają kilka państw, spędzając średnio zaledwie 2 dni w każdym z nich. Z perspektywy turysty z dalekiej Azji, to atrakcyjniejsze niż zwiedzanie tylko jednego kraju. Chińscy turyści są najbardziej zainteresowani Pragą (ok 400 tys. w 2016 roku) - do stolicy Czech przyjeżdża ich kilka razy więcej, niż do Polski czy Węgier. Tymczasem bliskość geograficzna sprawia, że mogliby się od razu wybrać do Budapesztu i Bratysławy, Krakowa i Warszawy.

Turystyka to jeden z obszarów, gdzie Polska i Czechy mogłyby połączyć siły i zaprezentować wspólną ofertę, aby przyciągnąć do Europy Środkowo-Wschodniej turystów z innych kontynentów. W tym kierunku zmierzają działania ministerstw odpowiedzialnych za turystykę we wszystkich 4 krajach grupy wyszehradzkiej. Sprawdza się wspólna promocja regionu, jako miejsca „do odkrycia”, o ciekawej historii, tradycjach i

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

3

kulturze, ale także zagłębieniu innowacji, gdzie dużo się dzieje.

Współpraca gospodarcza

Populacja krajów V4 to łącznie 64 miliony ludzi, co stanowi ponad 12% ludności Unii Europejskiej i daje nam drugą pozycję w Europie po Niemczech. Jednak gospodarczo V4 jest znacznie słabsza niż ich potężny sąsiad - w 2015 roku wypracowała PKB o wartości 781 mld euro (około 5% PKB UE) czyli 4-krotnie mniej niż wyniósł PKB Niemiec.

Jesteśmy także wciąż regionem emigrantów – młodzi ludzie masowo wyjeżdżają na Zachód w poszukiwaniu pracy i perspektyw, najczęściej do Niemiec czy Wielkiej Brytanii. Po 10 latach od wejścia do UE, Polacy stali się największą grupą narodową w UK (ok. 853 tysiące), przebijając nawet Hindusów i Irlandczyków. Nagłym wyzwaniem jest więc stworzenie w państwach V4 atrakcyjnych miejsc pracy, zwłaszcza dla ludzi młodych, a to się wiąże z budowaniem dobrego klimatu dla rozwijania przedsiębiorczości w kraju i regionie.

Ważne jest także wzmocnienie konkurencyjności lokalnych produktów - mają już wysoką jakość, lecz wciąż niską rozpoznawalność na rynkach zagranicznych. Można ją łatwiej wzmocnić poprzez wspólne akcje promujące region i zwiększające wiedzę o nim na innych kontynentach. To się tym bardziej opłaca, iż państwa grupy wyszehradzkiej bardzo intensywnie ze sobą handlują. Na przykład Czechy są drugim najważniejszym partnerem gospodarczym Polski po Niemczech i odbierają 13% całego polskiego eksportu.

Dla Czech Polska jest atrakcyjna jako największy kraj regionu, duży i chłonny rynek 38 milionów konsumentów, wciąż spragniony ciekawych produktów. Polskie firmy są silnie nastawione na eksport, który w ostatniej dekadzie wzrósł o 54%. Małe Czechy samodzielnie nie przyciągają inwestorów zagranicznych tak mocno jak Polska, tymczasem współpracując, tworząc łańcuchy dostaw i usług, stają się częścią środkowoeuropejskiego hubu obsługującego bogatsze rynki zachodnie.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

4

Członkowie Unii Europejskiej są i pozostaną najważniejszymi partnerami zarówno dla Polski, jak i dla Czech – odbierają około 75% polskiego i 88% czeskiego eksportu. Najopłacalniejsza dla obu krajów jest więc strategia regionalna, w której konkurują w zdobywaniu inwestorów i partnerów biznesowych, ale jednocześnie ściśle współpracują zwiększając atrakcyjność V4 jako jednego regionalnego rynku produktów i usług. Dlatego zwiększanie wiedzy o tej części Europy wśród zagranicznych odbiorców podczas targów, czy misji gospodarczych, wydaje się skuteczniejsze niż indywidualne akcje pojedynczych państw.

Edukacja i kultura

Innym obszarem synergii jest współpraca akademicka i kulturalna. Wiedza cudzoziemców o Polsce, Czechach i innych krajach naszego regionu jest z reguły bardzo skromna i trzeba ją wzmacniać. Łatwiej to robić w grupie niż pojedynczo. Przykładem może być program zwiększania wiedzy studentów o Europie Środkowo-Wschodniej, prowadzony w Indonezji, w który zaangażowały się wszystkie kraje grupy wyszehradzkiej. Spore efekty przynosi także współpraca w dzie-

dzinie kinematografii. Na przykład chiński film „Somewhere Only We Know” kręcony w Pradze przełożył się na wzrost chińskich turystów w Czechach. Polska z kolei stawia na Bollywood i zwiększenie zainteresowania ze strony Hindusów (podpisane umowy o współpracy przemysłów filmowych, film „Fannaa” realizowany w Zakopanym czy „Kick”, kręcony w Warszawie).

Zwiększanie wiedzy cudzoziemców o naszym regionie poprzez wzmacnianie współpracy z zagranicznymi partnerami w sektorze edukacji i kultury jest ważnym elementem strategii rozwojowej krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Doskonale to widać na przykładzie relacji z Chinami. Państwo Środka inwestuje w tworzenie Instytutów Konfucjusza (1 w Czechach, 5 w Polsce, 5 na Węgrzech, 1 na Słowacji), które oferują naukę języka chińskiego, a jednocześnie nasze agencje rządowe, np. polska PAIZ, organizują szkolenia „jak robić interesy z Chinami” oraz misje gospodarcze do chińskich prowincji (każda z nich jest większa niż cała grupa V4). Rośnie znajomość azjatyckiej mentalności, dla której kontakty interpersonalne i umiejętność zdobycia

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

5

zaufania inwestorów są równie ważne niż sam biznes.

V4 a Państwo Środka

Do niedawna Polska była jedynym krajem, który miał podpisane partnerstwo strategiczne z Państwem Środka, jednak w 2016 roku wszyscy członkowie V4 osiągnęli ten status. Chiny wyraźnie zwiększyły aktywność polityczną, gospodarczą i kulturalną w naszym regionie, licząc na wdrożenie założeń ich planu „Jednego Pasa i Drogi”. Nie bez znaczenia w tej strategii jest fakt, iż Europa Środkowo-Wschodnia stanowi autentyczną „bramę do Europy” dla szlaków drogowych i kolejowych Europa-Azja.

Chiny są dziś największym eksporterem na świecie, importując coraz mniej. Wartość wymiany towarowej Chin w 2015 r. wyniosła 3 956,9 mld USD, w tym eksport 2 274,9 mld USD, a import tylko 1 682,0 mld USD. Aktualna polityka gospodarcza Chin wynika z założeń 13-ego Planu Pięcioletniego na lata 2016-2020. Kraje grupy wyszehradzkiej przyciągają 70-80% wszystkich chińskich inwestycji w Europie Środkowo-Wschodniej. Największe potrzeby inwestycyjne ma Pol-

ska, zwłaszcza w transporcie drogowym i kolejowym oraz energetyce.

Wszyscy członkowie V4 starają się budować „dobry klimat” dla współpracy z Chinami, widząc tam nową „ziemię obiecaną” dla ekspansji swych przedsiębiorstw oraz nieograniczone źródło inwestycji zagranicznych. Polskie i czeskie firmy starają się o dostęp do chińskiego rynku, lecz na razie import znacznie przewyższa eksport (w przypadku Polski – dziesięciokrotnie). Paradoksalnie, ścisłejsze więzi polityczne nie są warunkiem wzmocnienia relacji gospodarczych - największy wzrost w czeskim eksporcie do odnotowano w 2009 roku, kiedy Czeszy odwiedził Dalai Lama, uznawany przez ChRL za wroga...

Jednocześnie, strategia wzmocnienia relacji z Chinami jest źródłem wielu wątpliwości. Po pierwsze, Europa ma problem z chińskim modelem gospodarczym, bazującym na zależności wielkich przedsiębiorstw od państwa, sterowanego silną ręką partii komunistycznej. To każe stawiać pytanie o czystość intencji przy dużych transakcjach biznesowych i polityczny kontekst chińskiej aktywności w naszym regionie. Dyskusja wokół tych

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

6

wątków jest szczególnie silna w Czechach i będzie stanowić istotny wątek w najbliższych wyborach parlamentarnych w tym kraju. W Polsce na razie dominuje patrzenie na Chiny z perspektywy gospodarczej, a nawet pewien przechył, utożsamiający potencjał gospodarczy Azji z Państwem Środka.

Po drugie, istnieje ogólny sceptycyzm co do dalszego gospodarczego potencjału Chin i nie brakuje głosów, że trzeba na ten kraj patrzeć jak na „middle income economy”, a nie rywala USA. Jednocześnie, duża część chińskich produktów jest wciąż słabej jakości i nie posiada prawidłowych oznakowań ani certyfikatów – dotyczy to zarówno maszyn czy chemikaliów, jak i znacznie prostszych w produkcji długopisów czy flamastrów. Obawy budzi nawyk Chińczyków do kopiowania i nie przywiązywania wagi do własności intelektualnej. To jednak także się zmienia, m.in. dzięki coraz większej ilości Chińczyków, którzy po zakończeniu nauki na zachodnich uniwersytetach (studenci z Państwa Środka są dziś najbardziej mobilną grupą na świecie i stanowią 15% ogółu zagranicznych studentów) wracają do kraju (ok. 70 proc) i

budują jego rozwój, w tym także innowacje i nowe technologie.

Póki co, kraje V4 „stawiają” na Chiny i odwrotnie, wydaje się jednak, że w tych relacjach jesteśmy skazani na wewnętrzną rywalizację – zarówno w handlu, jak i inwestycjach. Polska jako jedyne państwo członkowskie V4 została jednym z krajów-założycieli inspirowanego przez Chiny nowego Azjatyckiego Banku Inwestycji Infrastrukturalnych (AIIB) i bardzo liczy, że popłyną do niej projekty i pieniądze – o które także biją się pozostali członkowie grupy.

**Centrum Stosunków
Międzynarodowych**

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ POLSKI I CZECH

7



Rzeczpospolita Polska
Ministerstwo
Spraw Zagranicznych



**Projekt współfinansowany przez Ministerstwo Spraw Zagranicznych
Rzeczypospolitej Polskiej.**

**Niniejsza publikacja wyraża jedynie poglądy autorów i nie może być
utożsamiana z oficjalnym stanowiskiem Ministerstwa Spraw
Zagranicznych RP.**

CSM jest niezależnym, pozarządowym ośrodkiem analitycznym zajmującym się polską polityką zagraniczną i najważniejszymi problemami polityki międzynarodowej. Fundacja została zarejestrowana w 1996 r. CSM prowadzi działalność badawczą i edukacyjną, wydaje publikacje, organizuje konferencje i spotkania, uczestniczy w międzynarodowych projektach we współpracy z podobnymi instytucjami w wielu krajach. Tworzy forum debaty i wymiany idei w sprawach polityki zagranicznej, relacji między państwami oraz wyzwań globalnego świata. Działalność CSM jest adresowana przede wszystkim do samorządowców i przedsiębiorców, a także administracji centralnej, polityków, dyplomatów, politologów i mediów. Od 2009 r. CSM jest uznawany za jeden z najlepszych think tanków Europy Środkowo-Wschodniej w badaniu „The Leading Public Policy Research Organizations In The World” przeprowadzonym przez Uniwersytet Pensylwanii.

Centrum Stosunków Międzynarodowych ul. Mińska 25, 03-808 Warszawa t: +48 22 646 52 67

 www.twitter.com/CIR_CSM

 www.facebook.com/CIR.CSM



CENTRUM
STOSUNKÓW
MIĘDZYKARODOWYCH