

O tym, czy możliwa jest ofensywa polskich firm w Chinach, o szansach i trudnościach chińskiego rynku, oraz o tym czy polscy przedsiębiorcy mogą sobie wywalczyć specjalną pozycję w Państwie Środka – specjalnie dla spedycje.pl w rozmowie z Radosławem Pyffelem, prezesem Centrum Studiów Polska Azja i ekspertem Instytutu Sobieskiego.

Michał Bruszewski: Swego czasu stwierdził Pan, iż Chiny wytypowały Polskę jako potencjalnego strategicznego sojusznika w sercu Europy, istny „lotniskowiec interesów” na Europę środkowo-wschodnią. Ostatnio pisaliśmy na naszym portalu, iż po raz pierwszy z Państwa Środka przybył do Polski bezpośredni transport kolejowy z kontenerami. Czy to może jedno z kolejnych wydarzeń związanych z patrzeniem na Polskę jako na sojusznika, czy może tylko epizodyczne wydarzenie? Jak Pan z dzisiejszej perspektywy ocenia współpracę polsko-chińską?

Radosław Pyffel: To co powiedziałem – podtrzymuję. Zdecydowanie nie wycofuję się ze słów o tym, iż Polska została przez chińskie władze wytypowana na kluczowe Państwo w tej części Europy. Dlaczego, to można się w tej chwili tylko domyślać. Wiele obecnie się mówi w tym kontekście np. o gazie łupkowym. Jeżeli już chodzi o same działania, rok temu odbyła się wizyta Wen Jiabao (pierwsza od 25 lat wizyta chińskiego premiera w Polsce), a we wrześniu zeszłego roku, co zostało całkowicie przemilczane przez polskie media, otwarto w Pekinie sekretariat Chiny-Europa Wschodnia, który ma wdrażać w życie politykę 12 kroków Wen Jiabao wobec regionu, ogłoszonej właśnie w czasie wizyty Wena w Warszawie. I od tego czasu nic spektakularnego się nie wydarzyło.

Natomiast pamiętać musimy, iż jeśli Chiny coś planują to w perspektywie dekady jeśli nie dziesięcioleci. Dlatego ten chwilowy brak działań jest prawdopodobnie ciszą przed burzą, a owa cisza wynika ze zmian na szczytach chińskich władz. To jest powolny ewolucyjny proces, ale nie zmienia on zarazem priorytetów chińskiej polityki i jej planów. Zatem wszystko przed nami.

Leave this field empty if you're human:

Porozmawiajmy o sytuacji i możliwościach polskich przedsiębiorców w Chinach. Gdyby opierać się tylko na przekazie telewizyjnym to w zasadzie jako jedyny podmiot gospodarczy działający w Chinach wyłania się... Bayer Full - zespół disco-polo. Tymczasem jest to złożony i ciekawy problem a rynek chiński być może jest szansą dla polskich firm. Właśnie, są szanse na sukces polskich firm w Chinach?

Jak Pan jako ekspert często przebywający na miejscu, a także rozmawiający z przedsiębiorcami ocenia nasze szanse?

- Ostatnimi czasy możemy mówić o „bayerfullizacji” polskiej dyskusji o Chinach (śmiech). Również w kontekście gospodarki. Nie ujmując nikomu prawda jest taka, że Bayer Full jest w Państwie Środka zespołem kompletnie nieznanym. Jestem pełen podziwu dla menadżerów zespołu, iż wykreowali ich na polską gwiazdę w Chinach. Mieli nawet sprzedać 60 mln płyt. Tymczasem topowi artyści na rynku fonograficznym sprzedają płyty w nakładzie... 200 000 płyt. Realia tego rynku są takie, iż Chińczycy głównie muzyki słuchają w Internecie. Jeśli mieli sprzedać 300 razy więcej płyt niż znany tajwański wykonawca Jay Chou to powinszować (śmiech). Okazało się, że Bayer Full zagrał kilka koncertów i tyle. Sprawa ta pokazuje dwie rzeczy i dobrze widać to na filmie dokumentalnym o Bayer Full i ich chińskim epizodzie, który polecam. Po pierwsze zespół zobaczył, jak ogromna jest konkurencja na rynku chińskim i mając pewne koncerty i dopływ gotówki w Polsce, którą mógł stracić, gdyby zaczął walczyć o rynek chiński, po prostu dał sobie spokój i postawił na akcję PR w kraju. Druga rzecz jaka z tego wynikła, to fatalna wiedza o chińskich realiach w Polsce.... Jeśli można opinii publicznej wmówić, coś takiego, to znaczy że o Chinach nie wiemy nic i wydają nam się że wszystko jest tam absolutnie możliwe.

Właśnie, przechodząc do spraw stricte gospodarczych - czy temat „polscy przedsiębiorcy w Chinach” w ogóle istnieje? I jeśli tak, to czego mają się spodziewać?

- Chiny przeszły ogromną przemianę i cały czas ten rynek ewoluuje. Świadomą polityką rządu chińskiego jest przejście z gospodarki opartej na eksporcie do sytuacji w której największe znaczenia zaczyna mieć rynek wewnętrzny - popyt i konsumpcja zwykłych chińczyków. Obecnie Chiny drożeją, kurs yuana jest coraz mocniejszy. W kwestii kosztów pracy są państwa o wiele tańsze, takie jak Bangladesz czy Wietnam. Chińczycy mają coraz więcej pieniędzy, w wielkim tempie rośnie klasa średnia - zatem coraz więcej kupują. Ich ambicjami jest podróżować po świecie, poznawać go, czy studiować za granicą. I tutaj oczywiście upatruję szanse dla polskich przedsiębiorców.

Jeśli Chińczycy chcą już mniej sprzedawać, a więcej kupować to należy dotrzeć do nich z takim produktem czy usługą, który ich będzie satysfakcjonowała i mówiąc po ludzku wydadzą na niego pieniądze. Po prostu coś mu zaproponować.

I tutaj chciałbym przejść do dwóch kwestii. Po pierwsze samej oceny rynku, gdyż ma to niebagatelne znaczenie a następnie już samej sytuacji i możliwościach polskich firm.

Pierwsza kwestia: narosło wiele mitów (jak w ogóle w dyskusji o Chinach) odnośnie sytuacji gospodarczej tego kraju. Chiny to nie PRL lat 80, gdzie nie ma nic na półkach, ani nie kraj gdzie można sprzedać 60 mln płyt disco-polo. Na tym rynku (i to trzeba zaznaczyć) jest ogromna konkurencja, tak lokalna, jak i międzynarodowa. To nie jest sytuacja w której cokolwiek byśmy tam na rynek nie wrzucili to zostanie sprzedane w milionach egzemplarzy, czy co ważne - sprzedane w ogóle. Chińczycy są rozpieszczani tym, że o nich walczy cały świat i międzynarodowe firmy.

Ale oczywiście jest to oprócz wielkiej konkurencji rynek ogromnych możliwości. I przechodząc do drugiej kwestii czyli możliwości Polaków.

Jeśli już polskie firmy wejdą na rynek to będą musieli konkurować z firmami lokalnymi i międzynarodowymi. Jeśli już ktoś ma ochotę bardziej zagłębić się w tematykę odsyłam do książki którą napisałem w ramach programu „Go China” i tam jest właśnie opisane to w formie poradnika dla polskiego biznesu chcącego zaistnieć na rynku chińskim. Publikacja zawiera wywiady z czołowymi polskimi przedsiębiorcami działającymi w tym regionie, w różnych branżach, takimi jak Radosław Domagalski z Barlinka, Krzysztof Domarecki z Seleny, Filip Kenig z restauracji Sarmatia, czy Aneta Raczek z Ferro.. Dlaczego o tym wspominam?

Gdyż wszyscy oni podkreślają, iż ten rynek jest dosyć trudny. Czy jest szansa dla polskich przedsiębiorców? Oczywiście, że tak. Konkurencja i trudności przecież nie wykluczają tak naprawdę niczego. Nawet jeśli polskim firmom brakuje doświadczenia międzynarodowego to przy ogromnym uporze mogą osiągnąć tam sukces.

W praktyce potrzeba poznać dokładnie ten rynek, być tam na miejscu, a tego nie zrobi się przez Internet, jak oczekuję zdecydowana większość polskich firm z którymi rozmawiam o projektach na chińskim rynku. Należy stworzyć dobry zespół: korzystać z doświadczeń obecnych tam Polaków znających chińską specyfikę, a także- co bardzo ważne- z miejscowych, często uzbroić się w cierpliwość.

To nie jest tak, że kogoś zniechęcam - po prostu trzeba mieć świadomość jak to wygląda na prawdę. Niewiele polskich firm, jest w stanie mierzyć się z konkurencją na rynku chińskim i takie są fakty, ale jeśli ktoś opracuje dobrą strategię i krok po kroku będzie ją realizował, sukces będzie ogromny. Tak ogromny jak ogromny jest chiński rynek w porównaniu z polskim. Dlatego warto. Zwłaszcza że świat, nie tylko gospodarka przenosi się w stronę Pacyfiku. I mówimy tutaj nie tylko o Chinach, ale też o krajach tego regionu. Jeśli ktoś chce osiągnąć sukces z prawdziwego zdarzenia - w dzisiejszym świecie, musi być tam obecny.

Z pewnością naszych czytelników zainteresuje kwestia transportu w Chinach. Od spraw infrastruktury, tak drogowej, jak i kolejowej po sprawy tak prozaiczne, acz

istotne jak ceny paliwa. Jak Pan jako korzystający z możliwości chińskiej branży TSL ocenia chiński rozwój w tym sektorze? Nawet krytyczne Chinom mediom pokazują mocarstwowe projekty infrastrukturalne tego Państwa.

- Chciałbym zaznaczyć, że nie jestem takim ekspertem branży logistycznej jak czytelnicy portalu. Moja wiedza w tej kwestii zdecydowanie jest mniejsza od Państwa. Natomiast to co mogę powiedzieć - z własnych obserwacji, to faktycznie jest to zawrotne tempo. Chińczycy jeśli coś sobie postanowią to są w stanie zrobić projekty szybkiej kolei i zbudować je w bardzo krótkim czasie. I to w bardzo dobrym standardzie. Kolej porusza się szybko i sprawnie, dworce imponują wielkością i przepustowością, a bilet kupuję się jak na metro... Kolej podjeżdża co 20 minut.

Za jazdę pociągiem z Szanghaju do Wuhan, czyli tak jakby przejechać szmat Europy zapłaciłem tyle samo co za pociąg z Gdyni do Warszawy - który jechał 6 godzin. Połączenie w Chinach również trwało 6 godzin, ale raz odległość była trochę większa (śmiech), a komfort jazdy nie do porównania. O tempie jazdy nawet nie ma co wspominać.

Jeśli te wszystkie chińskie projekty porównamy z naszymi inwestycjami na Euro 2012, gdzie postawienie kilku stadionów stało się sprawą wagi narodowej no to jest to faktycznie kosmiczne tempo.

I trzeba pamiętać, że chińskie wizje są na skalę europejskiego kontynentu. Więc tu nie mamy co nawet popadać w kompleksy, gdyż nawet Europejczycy z Zachodu nie są w stanie już dziś realizować tak wielkich projektów. Aby obraz tego nie był taki idylliczny należy podkreślić, iż nie uniknięto błędów przy budowie, brakuje dokładności - a także były wypadki, gdzie pociągi się wykolejały i ginęli ludzie, a ministrowie byli dymisjonowani czy aresztowani, jak np. po wypadku w lipcu 2011 roku w Wenzhou, w którym zginęło 40 osób, a ok. 200 było rannych.

Chiny starają się podwyższać standardy bezpieczeństwa, ale po pierwsze jeszcze sporo im brakuje do krajów rozwiniętych i po drugie, choć to już kwestia na inną rozmowę- zmiany te idą opornie i nie do końca efektywnie, co przyznają sami Chińczycy.

Wspomniał Pan o standardach bezpieczeństwa. Jest to jeden z częstszych tematów poruszanych w mediach wespół z topowymi tematami takimi jak: zanieczyszczenie środowiska, łamanie praw człowieka czy wizja pracy za miskę ryżu... rysuję się fatalistyczny obraz Państwa Środka...

-Współczuję polskim przedsiębiorcom, bo uważam, że wielu z nich miałyby szansę sprawdzić

się na rynku chińskim, niestety nawet jak chcieliby zaistnieć na tym rynku to już na wstępie mają problem - nie bardzo jest gdzie zasięgnąć informacji. W ogóle jest mało informacji dotyczących Chin w polskich mediach czy publikacjach. W świecie, z kolei jest jej tak dużo, że właściwie nie problem jest ją znaleźć, tylko trzeba wiedzieć która jest prawdziwa i wartościowa. A zachodnie, anglojęzyczne media częstokroć są nieprzychylnie i pełne uprzedzeń wobec Chin.

Z pewnością w wielu wypadkach wynika to po prostu z polityki, gdzie Chiny są niczym innym jak konkurencją, np.: dla USA. Z drugiej strony oceniają one Chiny z perspektywy krajów rozwiniętych i robią często dramaty ze spraw, które już z perspektywy polskiej wcale nie są takie kontrowersyjne.

I dlatego rośnie rola takich fachowych i branżowych portali jak spedycje.pl, które nie chcą gonić za sensacją tylko pokazać wielowymiarowy obraz Chin i tego co tam się dzieje. Ludzie mają bowiem problem, żeby znaleźć rzetelne informacje o Państwie Środka, nawet szukając na własną rękę np.: w Internecie. Z jednej strony z Chinami każdy chce handlować, z drugiej nie ma chyba woli aby rzetelnie analizować to co się w Chinach dzieje.

Najbliższe 10 lat w Chinach to budowanie jakości. Będą wprowadzać pewne obostrzenie i je egzekwować. Paranoja z zanieczyszczeniem środowiska swoje apogeum osiągnęła, gdy pływacy amerykańskiej kadry olimpijskiej wylądowali w Pekinie w maskach tlenowych. Firmy muszą się liczyć z tym, że chińskie władze wprowadzają nowe regulacje również dotyczące kwestii zanieczyszczenia środowiska. Pojawiają się kwestie praw pracowniczych, co jest pewnym novum. Jak już mówiłem wcześniej Chiny cały czas przechodzą ewolucyjny proces budowania jakości.

A to jakie są Chiny to najlepiej przekonać się osobiście. Polecam wyjazdy, i to nie tylko takie, które sam organizuję (*śmiech*) czy to na targi, ale też nawet turystycznie. Pojechać z rodziną, odwiedzić kilka miast i zobaczyć jak Chiny wyglądają. Świetnie to obrazuje, pewne chińskie przysłowie o ślepcu dotykającym skóry słonia. Ilekroć ktoś dotknie słonia to ten mały wycinek, który czuje pod ręką nie będzie określał całości.

Chiny są krajem wielkości kontynentu, bardzo zróżnicowanym pod wieloma względami. Między poszczególnymi regionami, wschodem a zachodem, między miastem a wsią, między północą a południem. Tak naprawdę gdyby z każdej chińskiej prowincji zrobić kraj, to byłyby to zielone wyspy globalnej gospodarki. I one się bardzo się od siebie różnią - poziomem rozwoju także, są kraje już na poziomie dochodu na głowę państw Europy Środkowo-Wschodniej - Słowacji, Węgier, Polski na wschodzie kraju, a są na zachodzie prowincje na poziomie krajów afrykańskich.

Naczelnym problemem Chin, które starają się rozwiązać tak władze, jak i bogaci Chińczycy

jest rozwarstwienie społeczne.

Wróćmy do tematu polskich przedsiębiorców za Wielkim Murem i ich szans. Czy czynniki polityczne mogą pomóc w tej kwestii?

- Moim zdaniem polscy przedsiębiorcy mogą mieć uprzywilejowaną pozycję w Chinach, co wynika z tego o czym wspominałem na wstępie - strategicznej pozycji Polski w relacjach z Chinami. I to już jest kwestia i brzemię, które spoczywa na polskich władzach, ile wynegocjują, czy w ogóle podejmą temat i próbę uprzywilejowania naszych firm. Jeśli czyta nas ktoś z rządu to myślę, że warto się zastanowić jak pomóc naszym przedsiębiorcom, że mogliby taką pozycję uzyskać.

Musi być pomysł, wola polityczna i lobbing w tej sprawie. Czy jest chęć ze strony naszych władz aby podjąć taki temat?

Na pewno będzie to bardzo trudne, gdyż biznes i polityka w Chinach często idzie w parze, ale z drugiej strony na średnim i tym najniższym poziomie zwyczajnie decyduje rynek. Ludzie lubią Twój produkt to go kupują i żadne interwencje polityczne tego nie zmieniają.

Oczywiście najłatwiej wynegocjować coś dla takich firm jak KGHM, czy PGNIG, państwowych i wielkich. Sytuacja średniego biznesu to już również wola władz lokalnych, które mają określone procedury działania. Gdyby przykładowy polski przedsiębiorca chciał sprzedawać w Chinach meble - jedzie do strefy ekonomicznej, tam podlega miejscowemu prawu itd.

Była mowa o Strefach Ekonomicznych, które również w Polsce działają bardzo dobrze i stymulujące na pewne ogniska gospodarcze. A chińskie strefy były jednym z istotnych czynników zmian i dojścia do obecnej pozycji tego kraju....

- Strefy Ekonomiczne w Chinach są w bardzo w wielu miastach, na przedmieściach. Są to strefy otwarte, gdzie skupiają się fabryki. Z reguły one bazują na tym, że zależy to od poddostawców, każda branża się koncentruje w danej strefie, gdyż poddostawcy do tej branży są w okolicy. Natomiast cała historia zaczęła się od wybrzeża, strefy powstawały jako taki eksperyment, kiedy on się przyjął to zaczęto go stosować na terenie całego kraju. Na początku było ich 13. Tak to z resztą w Chinach czyniono, co zobrazowano w przysłowiu: "przechodzimy przez rwącą rzekę delikatnie stąpając po kamieniach". Sprawdzono, która polityka się sprawdza - i rozciągano takie rozwiązania na cały kraj.

Na koniec pytanie, jakie rozwiązania chińskich władz dla chińskich przedsiębiorców, które spowodowało bezsprzeczny sukces gospodarczy Chin można by przenieść nad Wisłę? Czy w ogóle istnieje taka możliwość (uwzględniając takie

czynniki jak bariery cywilizacyjne etc.)?

- Lubię Chiny, ale myślę, że bardzo niewiele można przenieść z Chin do Polski. Są to zupełnie dwa inne spojrzenia, inne podstawy kulturowe czy cywilizacyjne. Kwestie podejścia do władzy, gdzie tam była to władza autorytarna, która miała długo-planową wizję rozwoju i polityczną stabilność (również międzynarodową), a władza autorytarna w Polsce by się nie utrzymała - mamy inne tradycje. Natomiast Chińczycy zastosowali ciekawe podejście do własnych firm. Nie wiem czy nasi czytelnicy byliby pozytywnie nastawieni do takiego rozwiązania, a przedsiębiorcy z którymi rozmawiałem są w tej sprawie podzieleni - ale to co zrobił chiński rząd to przede wszystkim zawsze faworyzował miejscowe, lokalne firmy. Dbał o miejscowego przedsiębiorcę, często dobrze ustosunkowanego z władzą, bądźmy szczerzy, ochraniał go przed konkurencją międzynarodową, dając mu wydłużone okresy ochronne, tak aby te firmy mogły urosnąć i dopiero wtedy gdy urosną to z czasem otwierać rynek i zderzać je z konkurencją międzynarodową. W ten sposób wykształciły się wielkie chińskie firmy takie jak np.: Huawei, które konkurują z największymi markami i są już w Polsce. Natomiast to raczej kwestia dotycząca otwarcia polskiej gospodarki w latach 90', wtedy obrano inną drogę - otwarto rynek, a polskie firmy które powstawały z reguły gładko przegrały z międzynarodowymi koncernami. Ale sami polscy przedsiębiorcy, jak już powiedziałem, są w tej sprawie podzieleni czy te chińskie rozwiązanie - nierynkowe przecież i polegające na ciągnięciu „swoich” za uszy - byłoby dobre.

Dziękuję za rozmowę

Radosław Pyffel (chiń. Rui De Xing) jest także konsultantem ds. rynku chińskiego, oraz przedstawicielem handlowym firm polskich w Chinach i autorem szkoleń z zakresu chińskiego biznesu.

Autor kilku książek o Chinach (m in: Chiny w roku Olimpiady i Chińska ruletka, Olimpiada i co dalej? i na zlecenie projektu Go China - Jak osiągnąć sukces w Chinach?) i ponad stu artykułów w polskiej prasie poświęconych Chinom i Azji. Częsty komentator wydarzeń azjatyckich w polskich mediach. Obecnie prowadzi zajęcia z chińskiego biznesu na kilku uczelniach wyższych, a także kilka projektów na terenie Chin. Posługuje się językiem chińskim.

Źródło: Spedycje.pl. [Czytaj dalej...](#)